

Magalu

RELATÓRIO ANUAL 2022

Estratégia e sustentabilidade

Thais Ramos, seller do
Magalu Marketplace

1

PARA COMEÇAR

Apresentação do RA	4
Destaques ESG	5
Mensagem da Diretoria	6
Estratégia Sustentável	9

2

O MAGALU

Empresa + Dados	12
Ecosistema	15
Valor Gerado	16
Governança	17
Gestão de Riscos	21
Segurança e Privacidade	23
Prêmios e Reconhecimentos	24

3

O DESAFIO DE INCLUIR

Inclusão Digital e Empreendedorismo	27
Doação e Investimento Social Privado	34

4

INTEGRIDADE COMO VALOR

Ética e Transparência	38
Satisfação do Cliente	43
Nossos Colaboradores	46
Diversidade e Inclusão	48
Gestão e Desenvolvimento de Pessoas	52
Direitos Humanos na Cadeia de Valor	55

5

GESTÃO AMBIENTAL NA PRÁTICA

Mudanças Climáticas	58
Uso de Recursos Naturais	63
Embalagens e Resíduos	65

6

PARA TERMINAR

Anexos	70
Índice de Conteúdo GRI	72
Índice de Conteúdo SASB	78
Contatos	80

CAPA

A seller Thaís Ramos, fundadora da De Benguela, loja de cabelos crespos naturais para apliques

#descriçãodaimagem: A imagem da capa tem o fundo amarelo. No canto esquerdo, está uma mulher de pele negra e cabelo crespo, na altura dos ombros, sorrindo, com os olhos fechados. De camisa verde e relógio de pulso, ela segura, com a mão direita, uma mecha do seu cabelo, esvoaçante. No lado oposto da imagem está um secador de cabelos vermelho, seguro por uma mão de unhas longas

1

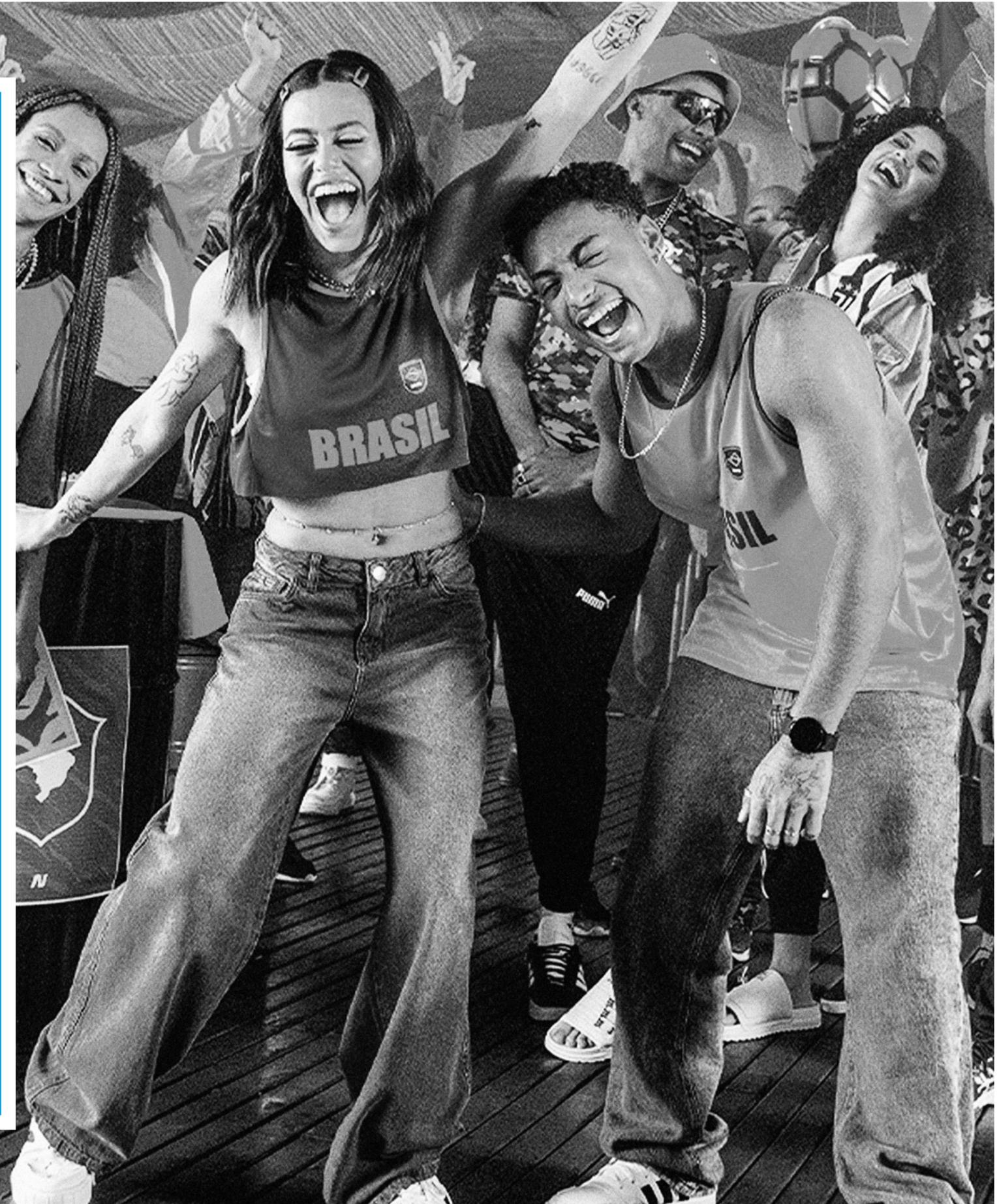
Para começar

Apresentação

Destaques ESG

Mensagem da Diretoria

Estratégia Sustentável





Arena Magalu:
espaço multiúso na
sede da empresa,
em São Paulo

#descriçãodaimagem:
Um homem e
uma mulher na
entrada de uma
sala onde se vê o
nome "Magalu"
em destaque

Uma empresa pode causar impacto de muitas maneiras: oferecer produtos e serviços de qualidade que facilitam a vida dos clientes, gerar empregos e promover a inclusão e a diversidade em seu quadro de colaboradores, apoiar causas sustentáveis em seu entorno, entre outras. Tudo isso tem sido posto em prática diariamente pelo Magalu.

A Companhia acredita que sua responsabilidade com a sociedade e com o meio ambiente vá além de cumprir as obrigações legais. Fazer o mínimo necessário é pouco e fazer o máximo possível é imperativo para verdadeiramente causar um impacto positivo na vida das pessoas. E isso não é nenhum favor. Para o Magalu, somente com práticas responsáveis, pautadas pela ética e pela busca do equilíbrio ambiental, social e econômico, é possível mitigar os riscos, fortalecer a reputação, ganhar competitividade e assegurar a sustentabilidade do negócio no longo prazo.

Este relatório anual, o 12º publicado pelo Magalu, é uma prestação de contas a todos os stakeholders e ao conjunto da sociedade em relação ao desempenho da Companhia em diversas dimensões ao longo de 2022. Boa leitura.

PADRÕES UTILIZADOS NA PRESTAÇÃO DE CONTAS DESTE RELATÓRIO

- + Global Reporting Initiative (GRI)
- + Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- + Relatório Integrado (RI)
- + Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Para fazer a diferença

De dentro para fora

GRI 3-3 | 302-1 | 305-5 | 306-5 | 404-2

A adoção de uma agenda ESG (práticas ambientais, sociais e de governança) em uma empresa exige investimento de tempo, recursos e capacitação. Pôr em prática essas iniciativas requer um compromisso forte da alta administração, uma visão de longo prazo e a participação ativa de todos os níveis da organização. Em 2022, o Magalu reforçou seu compromisso com as práticas ESG e conquistou resultados positivos

para a comunidade e para os públicos com os quais se relaciona. Entre os projetos desenvolvidos se destacam ações de apoio e capacitação de mulheres, treinamentos para ampliar a diversidade e a inclusão em todas as áreas da empresa, abastecimento de todas as unidades da Companhia com energia 100% renovável e fortalecimento da governança com a adoção de políticas formais em todas as áreas da empresa. Saiba mais nos quadros abaixo:

IMPACTOS POSITIVOS



OPORTUNIDADES E DIREITOS PARA MULHERES

- + **170** mulheres atendidas no Canal da Mulher
- + **222** mulheres atendidas pela plataforma Justiceiras
- + **572** mulheres formadas pelo Luizacode
- + **99%** das mulheres que tiraram licença-maternidade retornaram ao trabalho

#descriçãodaimagem: A influenciadora virtual da companhia, Lu, veste uma blusa roxa. Ela segura uma placa também roxa, na qual está escrito, em letras brancas: "Ele diz que é coisa da sua cabeça e te chama de louca?". Ao fundo, uma parede branca, desfocada, com decoração de quadros



AVANÇOS AMBIENTAIS

- + **100%** das unidades (lojas, CDs e escritórios) abastecidas com energia provenientes de fontes renováveis
- + **41** caminhões da frota logística movidos a eletricidade
- + **3,6** toneladas de lixo eletrônico coletadas e destinadas de forma adequada
- + **7.614 kg** de uniformes profissionais transformados em 4.060 cobertores destinados a ONGs que auxiliam pessoas em situação de rua

#descriçãodaimagem: Dois caminhões, adesivados com a logomarca do Magalu, estão estacionados paralelamente. Ambos estão conectados aos pontos de recarga de energia elétrica, no centro da imagem



COLABORADORES, INCLUSÃO E DIVERSIDADE

- + **3.500** pessoas treinadas no tema diversidade e inclusão, em todas as áreas da Companhia
- + **850** cursos para os colaboradores nas plataformas de educação corporativa
- + **51** pessoas contratadas após participação no Div, programa de tecnologia exclusivo para pessoas com deficiência
- + Mais de **10** programas para treinamento de lideranças

#descriçãodaimagem: Moça com tranças no cabelo, ex-trainee, veste uma blusa branca, com uma jaqueta azul por cima. Ela sorri e segura uma caixa preta estampada com o logo do Magalu



APOIO AOS MAIS VULNERÁVEIS E A NEGÓCIOS DE IMPACTO

- + **52** toneladas de alimentos doados para ações de combate à fome
- + **2,7** milhões de reais em apoio a ONGs, comunidades e ações de apoio a causas sociais
- + **85** negócios incluídos no Mundo Social do SuperApp
- + **10.678** livros de autores negros vendidos com 100% de cashback no Dia da Consciência Negra

#descriçãodaimagem: No primeiro plano da foto, um grande grupo de pessoas está sentado de costas. Eles olham em direção à direita. No fundo, há quatro mulheres, ao redor de uma mesa. No último plano, há um muro marrom, com uma faixa vermelha pendurada, em que está escrito "Mão na Massa"

Um dia após o outro. Todos os dias

GRI 2-22



Frederico Trajano durante apresentação da Caravana Magalu em Maceió

*#descriçãodaimagem:
Um homem de camiseta azul, em um palco, com um telão atrás, gesticula enquanto fala ao microfone*

Em 2022, vivemos mais um ano desafiador para o país e para a sociedade brasileira. Após a incerteza trazida pela pandemia – que felizmente foi vencida – entramos em um período de inflação alta, aumento das taxas de juros e queda do poder de compra da população. Trata-se de um cenário turbulento, sobre o qual nenhuma empresa tem total controle, mas que precisava ser encarado. Foi o que fizemos no Magalu. Durante todo o ano, trabalhamos incansavelmente para tornar a companhia ainda mais eficiente, ágil e preparada para navegar em mares agitados.

É justamente nos momentos mais difíceis que é possível enxergar que organizações estão de fato comprometidas com o desenvolvimento sustentável. É a hora das escolhas. No Magalu, temos a convicção de que passamos também por essa prova. Temos colocado toda a nossa energia no aprimoramento constante de nossa operação, na eficiência dos nossos processos, no crescimento da nossa plataforma de marketplace, na excelência da nossa logística e distribuição sem abrir mão dos nossos compromissos com a sociedade, o meio-ambiente e com os mais altos padrões de governança corporativa.

O Magalu sempre acreditou que, juntamente com o negócio, carrega consigo a responsabilidade de contribuir para que todos aqueles com os quais nos relacionamos tenham uma vida cada vez melhor. Este relatório é, portanto, uma prestação de contas. Mostra o quanto conseguimos avançar em 2022 na

Aumentamos a eficiência sem abrir mão de compromissos ESG



direção de transformar nossas crenças e valores em ações concretas e mensuráveis.

Primeiro, os resultados financeiros. No ano, as vendas totais da companhia atingiram 60 bilhões de reais, um crescimento de 8% em relação a 2021. O Ebitda ajustado superou 2,1 bilhões de reais, 44% maior que o registrado no período anterior, com a maior margem desde 2019. Para adequar a operação ao cenário de momento, trabalhamos arduamente para reduzir os níveis de estoque, que ficaram 1,3 bilhão de reais menores do que o existente em dezembro de 2021.

Avançamos muito na logística e, sobretudo, nos serviços prestados aos nossos mais de 260 000 sellers. Nosso objetivo é que eles trabalhem dentro dos mesmo padrões de excelência de serviço adotados pelo Magalu. Para isso, o lançamento da operação de fulfillment foi um passo decisivo. O fulfillment proporciona que o varejista ligado à nossa plataforma digital aproveite todas as vantagens de um modelo multicanal, que reduz custos e melhora significativamente a experiência de compra.

Todo esse trabalho foi realizado ao mesmo tempo em que avançamos nas frentes social, ambiental e de governança. Nosso objetivo não é lançar projetos midiáticos de vida curta. Nos apropriamos de causas e queremos ser consistentes em relação

NOSSA TRAJETÓRIA EM 2022

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS, AMBIENTAIS E SOCIAIS NO ANO

60 bilhões

de reais em vendas totais, com participação de 72,1% do digital

O EBITDA ajustado de

2,1 bilhões

de reais, com margem de 5,7%

500 milhões

de acessos mensais, distribuídos por diferentes marcas e canais de conteúdo

37 milhões

de clientes ativos

37 678

colaboradores

260 000

sellers no marketplace

34

áreas de negócios

100%

das unidades

(escritórios, lojas, CDs)

abastecidas com energia limpa

Realização do

primeiro censo

dos sellers do marketplace

572 mulheres

formadas em tecnologia pelo programa Luizacode

100%

das denúncias

internas de violência contra a mulher apuradas e encaminhadas

a elas. Uma dessas causas é o aumento constante da diversidade e inclusão. Em 2022, nossa maior conquista nesse território foi o treinamento de mais de 3 000 colaboradores, a maioria deles, lideranças. Esse esforço está relacionado à crença de que não basta trazer diversidade para dentro da companhia – algo que continuamos a promover com ações afirmativas. Lançamos o Div, programa de formação em tecnologia para pessoas com deficiência que teve 2 mil inscritos e resultou na contratação de 51 profissionais. O Luiza Code, programa de formação em tecnologia para mulheres, lançado em 2019, teve mais duas turmas em 2022, com mais de 12 mil inscrições e 170 participantes. É preciso que todos entendam por que isso é necessário, como conviver diariamente com o diverso e estimular que o encontro das diferenças gere o melhor resultado possível para a organização e para quem está ligado a ela.

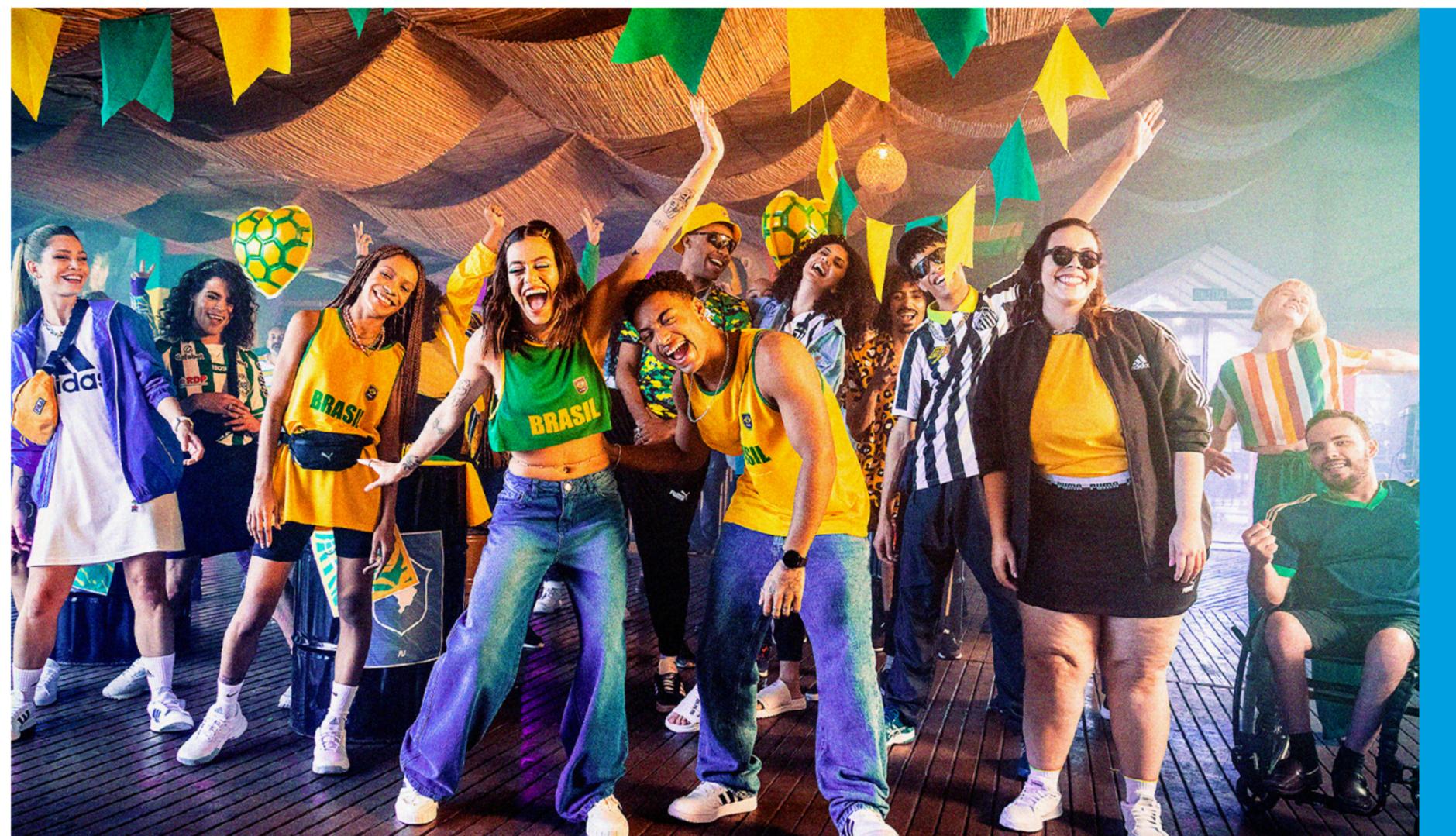
No pilar ambiental, nossa escolha tem sido aprofundar medidas fundamentais para transformar o Magalu em uma operação que gere o menor impacto possível. Pelo terceiro ano consecutivo, fizemos a verificação independente do inventário das emissões de carbono da companhia, documento crucial para definir por quais caminhos nossa estratégia de descarbonização deve seguir nos próximos anos. Todos os nossos 23 centros de distribuição hoje contam com

gestão padronizada de resíduos, o que levou mais de 5,5 mil toneladas de resíduos não perigosos a serem desviados da disposição final em 2022. Na distribuição ao cliente final também estamos trabalhando para antecipar o futuro. Em 2021, iniciamos um projeto piloto de uso de caminhões elétricos que, progressivamente, devem substituir os veículos movidos a combustíveis fósseis.

Em 500 das nossas mais de 1300 lojas físicas, foram instalados coletores para destinação correta de eletroeletrônicos em desuso. O próximo passo é fazer com que o maior número de consumidores possível, por meio de campanhas e da atuação de nossas equipes, se engaje e vá até as lojas descartar eletroeletrônicos em desuso. Como tudo o que acontece na área de sustentabilidade, uma logística reversa eficiente depende da conjunção de esforços de vários atores.

Não há desenvolvimento sustentável possível sem uma governança forte, baseada na ética, no bem comum, no cumprimento de regras claras e na transparência. Acreditamos que chegamos até aqui porque jamais transigimos em relação aos nossos princípios e valores, as únicas coisas que não são passíveis de mudança no Magalu. Tudo pode mudar. Nossos valores permanecem. Entendemos que esses princípios e valores devem ser traduzidos em políticas documentadas e disponíveis a todos com os quais nos relacionamos. Por isso, nos últimos anos, temos feito um esforço considerável para, cada vez mais, documentar todos os aspectos da nossa governança corporativa.

O caminho da sustentabilidade em uma empresa não tem linha de chegada. Estamos comprometidos a fazer, dia após dia, mais e melhor pela companhia, pela sociedade, pelo país e pelo planeta. É isso que nos manterá relevantes.



Diversidade também na comunicação das ações da Copa do Mundo

#descriçãodaimagem: Em um ambiente decorado com bandeirinhas e balões nas cores do Brasil, um grupo diverso de 13 jovens com roupas verde, amarela, azul e branca dança, sorri e celebra

Logística reversa, formação de mulheres em tecnologia e transparência: a agenda ESG na prática

Impacto positivo para todos

GRI 3-1 | 3-2 | 3-3

Em abril de 2022, o Magalu aprovou sua matriz de materialidade, uma ferramenta que auxilia na identificação dos temas de maior impacto nos negócios e na criação de valor para os públicos com os quais se relaciona. A matriz é composta de 11 temas, que guiam a empresa na construção de sua estratégia sustentável e refletem seu compromisso em integrar práticas sustentáveis e responsáveis em suas operações e gerar impacto positivo para os acionistas e para toda a sociedade.

Com a matriz de materialidade, é possível enxergar as áreas que demandam mais investimentos e esforços. Para prestar contas de suas ações, a Companhia mantém canais de diálogo permanente com seus



Usina em Coroados (SP): 100% das unidades operacionais do Magalu são abastecidas com algum tipo de energia limpa

#descriçãodaimagem:
De dia, sob um céu azul com nuvens brancas, uma mulher de cabelos longos, capacete de obra branco e blusa roxa caminha de perfil diante de placas de energia solar

DESAFIOS PRIORITÁRIOS

Os 11 temas que compõem a matriz de materialidade do Magalu

- + 1 ÉTICA E TRANSPARÊNCIA**
Ações ligadas à governança corporativa, à integridade e ao código de conduta da organização

local e regional, programas de capacitação e profissionalização de pequenos varejistas, inclusão e educação financeira
- + 2 DIVERSIDADE E INCLUSÃO**
Aprofundamento da atuação, com a adoção de metas públicas

+ 6 EMBALAGENS E RESÍDUOS
Uso de materiais de baixo impacto ambiental e descarte ambientalmente correto
- + 3 SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS**
Ações ligadas à aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

+ 7 SATISFAÇÃO DOS CLIENTES
Políticas e práticas de relacionamento com os consumidores
- + 4 DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR**
Monitoramento da atuação dos fornecedores

+ 8 GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES
Condições de trabalho, valorização e desenvolvimento do quadro de funcionários
- + 5 INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO**
Ações voltadas para o desenvolvimento do programa Parceiro Magalu nos âmbitos

+ 9 MUDANÇAS CLIMÁTICAS
Planos de redução e/ou compensação da emissão de gases de efeito estufa (GEE)
- + 10 USO DE RECURSOS NATURAIS**
Políticas e práticas de consumo de energia e de água

+ 11 CONSUMO E PRODUTOS RESPONSÁVEIS
Produtos desenvolvidos e vendidos por organizações de impacto social, uso de matérias-primas de baixo impacto

Cada ponto da matriz de materialidade deve estar vinculado a aspectos críticos para o negócio

públicos de interesse, sobretudo nas comunidades em que está inserida.

Para que a matriz faça sentido e provoque o máximo impacto positivo, é preciso que cada um de seus pontos esteja vinculado a aspectos críticos para o negócio. O relacionamento com fornecedores e como cada um deles lida com a questão dos direitos humanos é um deles. A fim de garantir que não haja violações, o Magalu estabeleceu critérios para a seleção e contratação de todos os seus fornecedores e dissemina entre eles a cultura de sustentabilidade por meio de treinamentos e monitoramento contínuo.

Outro ponto crítico para a estratégia de negócios da companhia é a expansão de seu marketplace por meio da inclusão digital de milhares de empreendedores brasileiros. Com o programa Parceiro Magalu, que reúne 170 000 sellers, a companhia leva as vantagens do ambiente virtual para pequenos e médios varejistas analógicos de todo o país.

No relacionamento com seus cerca de 37 milhões de clientes, um dos principais focos é garantir a segurança

e privacidade de dados num cenário de rápida e crescente digitalização.

Logística e distribuição fazem parte do coração de qualquer operação de varejo. São atividades que, obviamente, causam impactos ao meio ambiente, e o Magalu tem trabalhado para reduzi-los. As embalagens e o descarte de resíduos estão entre as prioridades da companhia, que busca constantemente ampliar o uso de materiais sustentáveis e dar um destino ecologicamente adequado aos descartes que gera. Outro foco é o consumo consciente de água e energia – com a gradativa transição para fontes renováveis.

A gestão de pessoas complementa a matriz de materialidade do Magalu. A companhia trabalha para oferecer as condições para a valorização e o desenvolvimento de seus quase 39 000 colaboradores. Para ampliar a diversidade do quadro de pessoal, mantém metas que proporcionem oportunidades de acesso e a inclusão de diferentes grupos de pessoas. Além, claro, de promover a equidade.

2

O Magalu

Empresa + Dados
Ecossistema
Valor Gerado
Governança
Gestão de Riscos
Segurança e Privacidade
Prêmios e Reconhecimentos





Loja na Vila Guilherme, em São Paulo: movimento de clientes durante a campanha de Black Friday

#descriçãodaimagem: Consumidores percorrem a loja e examinam produtos, enquanto diversas telas de TV exibem as palavras "Black Friday"

Como conciliar crescimento e margem

GRI 201-1

O varejo é um dos setores mais sensíveis à queda do poder aquisitivo da população. Com juros altos e inflação elevada, o custo do crédito aumenta, sobra menos dinheiro no bolso e os consumidores tendem a comprar menos. Mas, mesmo em meio a um cenário econômico desafiador, o Magalu colheu bons resultados em 2022. Um reflexo de uma série de medidas de gestão empreendidas ao longo do ano – ações que foram da redução dos estoques ao ajuste das taxas cobradas dos sellers e à monetização dos ativos.

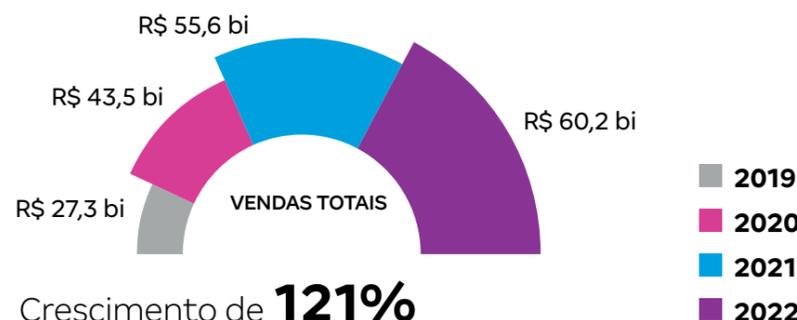
As vendas totais bateram recorde. Foram 60 bilhões de reais, um crescimento de 8% em comparação com o registrado em 2021. A expansão foi observada em

A operação de e-commerce foi responsável por 72,1% do total das vendas em 2022

todos os canais — no e-commerce, no marketplace e nas lojas físicas —, em um ano em que o Magalu avançou ainda mais em sua estratégia de investir no varejo digital, multicanal e hiperlocal.

O acerto dessa estratégia fica evidente quando se comparam os números de 2022 com os de 2019, último ano antes da pandemia que, ao mesmo tempo, acelerou a digitalização da sociedade e provocou solavancos na economia global. No intervalo de três anos, as vendas totais do Magalu avançaram 121%. No e-commerce, a expansão foi de 251%. No marketplace, formado por 260.000 sellers, o crescimento alcançou 410%.

DESDE 2019, AS VENDAS TOTAIS MAIS QUE DOBRARAM...



...O E-COMMERCE TRIPLICOU



...E O MARKETPLACE QUINTUPLICOU



...ENQUANTO AS VENDAS EM LOJAS FÍSICAS SE MANTIVERAM SIGNIFICATIVAS



RECURSOS DESCONTADAS AS OBRIGAÇÕES

CAIXA LÍQUIDO
3,5 bilhões
de reais em 2022

Os vencimentos da dívida são de longo prazo, distribuídos entre 2024 e 2026.

FORÇA FINANCEIRA

A geração de caixa operacional indica que a empresa está gerando fluxo de caixa suficiente para sustentar suas operações e investir em crescimento.

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL
800 milhões de reais

RECURSOS À DISPOSIÇÃO

CAIXA TOTAL
Reflexo da evolução do Ebitda e da melhoria no capital de giro, de
10,6 bilhões
de reais (incluindo aplicações financeiras e recebíveis de cartão de crédito)



CRESCIMENTO ACIMA DA MÉDIA

Em 2022, o e-commerce do Magalu cresceu **9%** em relação ao ano anterior. No mesmo período, o e-commerce brasileiro encolheu 4%, de acordo com a Neotrust. O Magalu aumentou sua participação no e-commerce do país em **5,1** pontos percentuais. O crescimento médio anual da operação digital da Companhia foi de **52%** nos últimos três anos.

Em 2022, a margem Ebitda ajustada foi a melhor dos últimos três anos

Tudo isso foi obtido com solidez financeira. Crescer com rentabilidade continua sendo a prioridade da Companhia. Mesmo com todos os desafios impostos no período, o Magalu expandiu, ao mesmo tempo, as vendas, as margens e a geração de caixa operacional. Em 2022, a margem Ebitda ajustada foi de 5,7% – o melhor indicador desde 2019.

A melhoria dos resultados operacionais, somada à evolução do capital de giro, resultou em uma geração de caixa operacional de mais de 800 milhões de reais em 2022. O Magalu mantém, assim, uma sólida estrutura de capital, o que lhe permite continuar investindo em seu crescimento enquanto lida com as incertezas econômicas de curto prazo.

ESTOQUE MAIS ENXUTO

Redução relevante dos níveis de estoque, que encerraram o período em 7,8 bilhões de reais, 1,3 bilhão abaixo do registrado em dezembro de 2021. Com essa redução, somada ao maior volume de vendas, o giro dos estoques melhorou em mais de **30 dias** em 2022.



O NEGÓCIO DE ADS

MagaluAds

6 000 campanhas criadas no 4T

**UMA DAS MAIORES
AUDIÊNCIAS DA
INTERNET BRASILEIRA
500 milhões** de acessos

mensais distribuídos em diferentes marcas e canais de conteúdo.

Jovem Nerd
Steal the Look
Canaltech

AUMENTO DA EFICIÊNCIA OPERACIONAL

Ajustes na operação – incluindo a atualização da política de frete e das comissões do marketplace, a revisão das despesas e a redução significativa dos estoques – levaram a um aumento significativo das margens operacionais.

MARGEM EBITDA AJUSTADA

2022 – **5,7%**

2021 – **4,2%**

2020 – **5,2%**

No ano, o Ebitda ajustado ultrapassou **2,1 bilhões** de reais, valor 44% superior ao de 2021.



FINTECH MAGALU

O volume total de transações processadas (TPV) chegou a quase **91 bilhões** de reais.

Em dezembro de 2022, a base de cartões de crédito bateu em **7 milhões**.

O faturamento de cartões de crédito foi de **54 bilhões** de reais.

No fim do ano, o MagaluPay alcançou **9 milhões** de contas digitais.

Ao final do 4T, a carteira de cartões de crédito chegou a **20 bilhões** de reais.

CONEXÃO DE NEGÓCIOS

AS 32 EMPRESAS E SERVIÇOS QUE FORMAM — E FORTALECEM — O ECOSSISTEMA MAGALU E OS SETORES EM QUE ATUAM

GRI 2-6A E C



CRIAÇÃO DE VALOR

O CAPITAL USADO PELO MAGALU E O VALOR GERADO PARA OS STAKEHOLDERS EM 2022

GRI 2-1

CAPITAL USADO

■ **38.742** colaboradores

- Cultura forte, baseada na missão de democratizar o acesso a bens e serviços: dar acesso a muitos aquilo que é privilégio de poucos
- Estratégia de digitalização do varejo brasileiro
- Reputação consolidada

- **1.339** lojas físicas
- **23** centros de distribuição
- **246** cross-dockings
- **4** escritórios, localizados em 4 cidades do Brasil
- Malha logística formada por cross-dockings, hubs de last mile e cerca de **8.000** entregadores parceiros
- **34** empresas e serviços no ecossistema

- **37** milhões de clientes ativos
- **260.000** sellers do marketplace – **170.000** deles Parceiros Magalu
- **3.808** fornecedores diretos
- **21.560** pessoas beneficiadas, em 9 estados, por projetos relacionados a serviços para a sociedade
- **781.550** investidores

- **3.054.978,84** GJ de energia consumida
- **543.542** m³ de água consumida

- **696,1** milhões de reais em investimentos em lojas novas, tecnologias, logística e outros



HUMANO



INTELLECTUAL



FÍSICO



SOCIAL E DE RELACIONAMENTO



AMBIENTAL



FINANCEIRO

VALOR GERADO

- **1,2** bilhão de reais em remuneração
- **233** milhões de reais em benefícios: vale-refeição, plano de saúde, convênio com academias de ginástica e cheque-mãe
- **17,2** horas de treinamento por colaborador

- Série de ferramentas para digitalizar a operação de varejistas analógicos
- **11.750** clientes atendidos no ano pela ComSchool em cursos, treinamentos e avaliações de conhecimentos

- **118.000** sellers incluídos no marketplace

- **87.000** pequenos varejistas digitalizados em 2021
- **79,9** de NPS (net promoter score) no e-commerce (1P), um dos mais altos do varejo brasileiro
- **4,6** milhões de reais* em apoio a ONGs, comunidades e causas sociais
- **85** negócios no Mundo Social do SuperApp

- **100%** das unidades (lojas, CDs e escritórios) abastecidas com energia de fontes renováveis
- **41** caminhões da frota logística movidos a eletricidade
- **3,6** toneladas de produtos eletrônicos coletados e descartados corretamente
- **45%** dos resíduos perigosos destinados a operações de recuperação
- **75%** dos resíduos não perigosos destinados a operações de recuperação

- Receita líquida de **37,3** bilhões de reais em vendas
- **6.748.926.848** ações, com valor de mercado de 22,9 bilhões de reais
- **3.906%** de valorização das ações desde 2016

* 2,7 MILHÕES DE REAIS DOADOS PELO MAGALU E 1,9 MILHÃO DE REAIS DOADOS PELAS FAMÍLIAS CONTROLADORAS

A força do G no ESG do Magalu

GRI 2-9 | 2-12 | 2-13 | 2-17

No Magalu, a busca pelo aperfeiçoamento das melhores práticas de governança corporativa é constante. Os princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa guiam as ações da Companhia com o intuito de alinhar os interesses de todos os stakeholders.

A elaboração do primeiro Código de Ética e Conduta, em 1992, marcou o início do processo de implementação e formalização dessas práticas. Na década seguinte, com a chegada de acionistas minoritários por meio dos fundos de private equity administrados pelo Capital Group, a governança corporativa atingiu um novo patamar. Esse processo preparou a Companhia para o processo de abertura de capital.

Em 2011, ao realizar seu IPO, o Magalu ingressou no Novo Mercado da B3 – o nível mais elevado de governança na bolsa brasileira, no qual as empresas se comprometem, de forma voluntária, a adotar práticas que vão além das exigências da legislação no que diz respeito à transparência e aos direitos dos acionistas. No ano seguinte, a Companhia fortaleceu ainda mais sua governança corporativa com o aperfeiçoamento dos trabalhos do Comitê de Auditoria e Riscos e do Conselho de Administração e com a constituição do Comitê de Finanças e do Conselho Fiscal.

O processo de estruturação de um plano de sucessão dos principais executivos foi iniciado em 2013 e, dois anos depois, foram anunciadas mudanças na estrutura corporativa, em linha



Sede do Magalu em São Paulo: práticas de governança que vão além

#descriçãodaimagem: Grupo de colaboradores, entre homens e mulheres, em sua maioria jovens, trabalha em suas mesas



ASSEMBLEIA DE ACIONISTAS

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO*1

Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, 74
Presidente
de 2005 a abril de 2023

Marcelo José Ferreira e Silva, 71
Vice-Presidente
de 2016 a abril de 2023

Carlos Renato Donzelli, 53
Conselheiro Efetivo
de 2009 a abril de 2023

Márcio Kumruian, 48
Conselheiro Efetivo
de 2021 a abril de 2023

Betânia Tanure de Barros, 61
Conselheira Independente
de 2017 a abril de 2023

Inês Corrêa de Souza, 72
Conselheira Independente
de 2009 a abril de 2023

José Paschoal Rossetti, 81
Conselheiro Independente
de 2016 a abril de 2023

Sílvio Romero de Lemos Meira, 67
Conselheiro Independente
de 2017 a abril de 2023

DIRETORIA EXECUTIVA*2

Frederico Trajano
CEO

Leandro Soares
Diretor Executivo de Marketplace

Roberto Bellissimo Rodrigues
Diretor Executivo Financeiro e de Relações com Investidores

Patricia Pugas
Diretora Executiva de Gestão de Pessoas

Maria Isabel Bonfim de Oliveira
Diretora Executiva de Administração e Controle

Graciela Kumruian*2
Diretora Executiva de Clientes, Integração, Reputação e Sustentabilidade

Eduardo Galanternick
Vice-Presidente de Negócios

Fabício Bittar Garcia
Vice-Presidente de Operações

André Fatala
Vice-Presidente de Plataforma

Luiz Fernando Rego
Diretor Executivo de Bens Duráveis e Bens de Consumo

Decio Sonohara
Diretor Executivo de Logística

Julio Cesar Trajano*2
Diretor Executivo de Esportes

Douglas Matricardi
Diretor Executivo de Operações de Lojas

Silvia Machado
Diretora Executiva de Moda e Beleza

CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal é um órgão societário, com caráter permanente, que atua de forma independente da administração e dos auditores independentes. O Conselho Fiscal foi instalado em Assembleia Geral Ordinária, mediante solicitação dos acionistas, conforme previsto em lei.

Walbert Antônio dos Santos
(Efetivo) - eleito pelo controlador de 2018 a abril de 2023

Estefan George Haddad
(Efetivo) - eleito pelo controlador de 2021 a abril de 2023

Eduardo C. Galdi Mestieri
(Efetivo) - eleito pelos minor. ordinaristas de 2016 a abril de 2023

Robinson Leonardo Nogueira
(Suplente) - eleito pelo controlador de 2012 a abril de 2023

José Antônio Palamoni
(Suplente) - eleito pelo controlador de 2018 a abril de 2023

Thiago Costa Jacinto
(Suplente) - eleito pelos minor. ordinaristas de 2016 a abril de 2023

COMITÊS

Auditoria, Riscos e Compliance

Pessoas e Cultura Organizacional

Estratégia e Inovação

Finanças e Crédito ao Consumidor

*1 FORMAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO EM 31/12/2022

*2 FORMAÇÃO DA DIRETORIA EXECUTIVA E DO CONSELHO FISCAL EM 31/12/2022

O Conselho de Administração é assessorado por quatro comitês

com as transformações estratégicas em curso. Luiza Helena Trajano, que presidiu o Magalu por 24 anos, assumiu, em 1º de janeiro de 2016, a presidência do Conselho de Administração. Marcelo Silva, diretor-superintendente da Companhia por seis anos, passou a ocupar a vice-presidência do órgão. E Frederico Trajano, até então diretor executivo de Operações, assumiu o cargo de diretor-presidente (CEO).

CONSELHO E COMITÊS

O Conselho de Administração é o órgão que traça os rumos estratégicos da Companhia e exerce o papel de guardião de seus princípios, valores e sistema de governança. Para isso, conta com o apoio de quatro comitês: Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance (CARC), Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor (COFIC), Comitê de Pessoas e

Cultura Organizacional (COPEs) e Comitê de Estratégia e Inovação (COE).

O Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, composto de três membros, é um órgão colegiado de assessoramento e instrução que tem como responsabilidade principal assessorar o Conselho de Administração na supervisão de requerimentos regulamentares relacionados à avaliação das demonstrações financeiras divulgadas externamente; à avaliação da qualificação, performance e independência dos auditores independentes; ao monitoramento sobre a adequação às exigências das leis e demais regulamentos; e ao monitoramento das atividades de gerenciamento dos principais riscos corporativos.

O Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor, formado por três membros, tem como responsabilidade principal assessorar o Conselho de Administração nas diretrizes

da política e do planejamento financeiro; na definição das políticas e de níveis adequados de endividamento para as atividades da Companhia e no monitoramento de covenants contratuais e garantias; na definição de políticas de aplicações financeiras e investimentos; no monitoramento de riscos financeiros; e no monitoramento das atividades de companhias coligadas relevantes.

O Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional, com quatro membros, tem como responsabilidade assessorar o Conselho de Administração no planejamento e no desenvolvimento das estratégias de gestão de pessoas; no estabelecimento das políticas de remuneração e benefícios dos funcionários e administradores; no acompanhamento e na avaliação da eficácia das políticas de gestão de pessoas e de ESG; e na preservação da cultura e dos valores da Companhia.

Por fim, o Comitê de Estratégia e Inovação, formado por quatro membros, assessora o Conselho de Administração no desenvolvimento das estratégias de negócios; na definição e no acompanhamento do planejamento de longo prazo; e no desenvolvimento das estratégias de transformação digital e de inovação. Nesse Comitê são chancelados todos os rumos operacionais e estratégicos do Magalu. O Comitê de Estratégia e Inovação aprova e aconselha sobre a entrada em novos mercados, sobre movimentos de aquisição ou incorporação, entre outras ações.

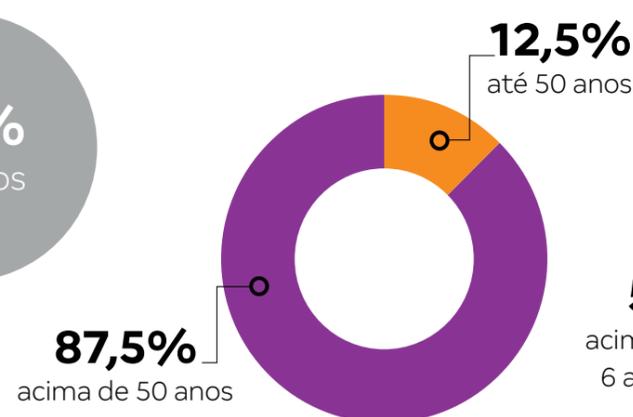
RAIO X DO CONSELHO*

O Conselho de Administração tem oito membros e é um dos poucos do país presidido por uma mulher, Luiza Helena Trajano

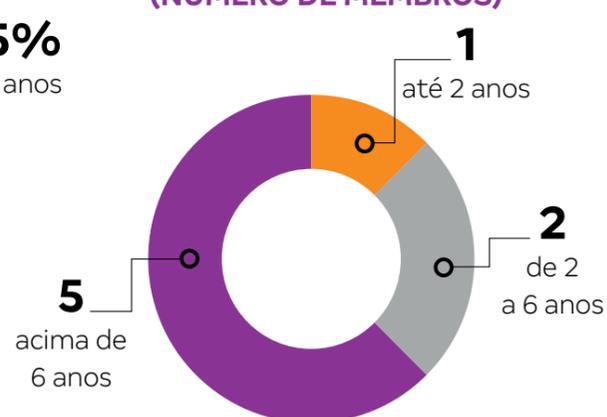
TIPO DE CARGO



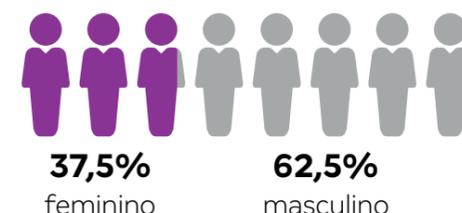
FAIXA ETÁRIA



TEMPO DE PERMANÊNCIA (NÚMERO DE MEMBROS)



GÊNERO



PAÍS DE ORIGEM



GRI 2-10

A ESCOLHA DA ALTA GESTÃO

O Magalu conta com uma Política de Indicação de Membros do Conselho de Administração, dos Comitês de Assessoramento e da Diretoria Estatutária, aprovada em 2018 e que está em revisão atualmente. O documento consolida procedimentos que devem ser observados no processo de indicação de membros para

* FORMAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO EM 31/12/2022



O Conselho e seus Comitês passam por avaliações periódicas

a composição do Conselho de Administração, de seus Comitês de Assessoramento e da Diretoria Estatutária, de acordo com a legislação vigente e com as melhores práticas de governança corporativa.

A Companhia se compromete com a facilitação do processo de indicação, divulgação de candidaturas e eleição de membros do Conselho de Administração, resguardando o direito de voto de todos os acionistas. A indicação dos membros do Conselho considera critérios como qualificação, alinhamento aos valores e à cultura, complementaridade de perfis e competências, diversidade de conhecimentos, experiências, aspectos culturais, faixas etárias e gênero, isenção de conflitos de interesses que não possam ser neutralizados de acordo com as disposições da legislação vigente e das melhores práticas de governança corporativa. São requisitos também não exercer qualquer cargo de gestão na Companhia e ter reputação ilibada. Na reeleição de membros

do Conselho, as indicações devem considerar também o bom desempenho, a assiduidade e a dedicação à função no mandato anterior.

GRI 2-15

COMO EVITAR CONFLITOS DE INTERESSE

Para tratar conflitos de interesse, o Magalu adota práticas de governança corporativa recomendadas ou exigidas pela legislação, incluindo as diretrizes do Código Brasileiro de Governança Corporativa – Companhias Abertas e do Regulamento do Novo Mercado da B3. Além disso, a empresa conta com mecanismos de administração de conflitos de interesses que podem ser identificados na Política de Transações entre Partes Relacionadas, em seu Estatuto Social e no Regimento Interno do Conselho de Administração. O objetivo é assegurar que todas as decisões, especialmente as que envolvem partes relacionadas e outras situações com potencial

conflito de interesses, sejam tomadas de acordo com os interesses da Companhia e de seus acionistas. Assim, garante transações com independência e transparência.

O Magalu conta também com uma Política para Neutralização de Conflitos de Interesse, que unifica as diretrizes relacionadas a conflitos de interesse e reforça aspectos relacionados à responsabilização e consequências. O documento abrange todos os públicos, desde administração, colaboradores e terceiros até parceiros e fornecedores.

Confira as políticas na íntegra [aqui](#).

GRI 2-18

AVALIAÇÕES PERIÓDICAS E COLEGIADAS

A Companhia utiliza mecanismos de avaliação de desempenho de seu Conselho de Administração, dos comitês de assessoramento e da secretaria de governança de forma colegiada. Tal processo é coordenado pelo Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional e deve ser realizado ao menos uma vez durante a vigência do mandato de seus membros, ocorrendo obrigatoriamente uma vez ao ano.

A metodologia praticada atualmente pela Companhia utiliza avaliações objetivas e subjetivas do Conselho de Administração e comitês de assessoramento. Com base nos resultados dessas avaliações o Magalu implementa planos de ação para aprimorar o funcionamento de seus órgãos de administração.

A governança corporativa foi pensada e organizada de modo que a empresa se mantenha como referência em boa gestão no país, garantindo isenção, controle de informações e transparência com todos os stakeholders, bem como a necessária diversidade de experiências, opiniões e conhecimento que são aplicados na condução do Magalu.

COMO O MAGALU REMUNERA SUA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-19 | 2-20

A política de remuneração fixa e variável dos órgãos de governança do Magalu segue as melhores práticas de mercado. Todos os anos, a empresa participa de pesquisas salariais com companhias do mesmo setor e porte. Para a remuneração fixa, o

Magalu utiliza a metodologia de grades e faixas, que avalia o profissional frente ao mercado. A remuneração variável, por sua vez, é atrelada aos resultados mensais relacionados ao core do negócio, enquanto o incentivo de curto prazo

(bônus) é baseado em um modelo de gestão com metas cruzadas e alinhadas entre as diversas áreas e relacionadas às metas estratégicas. Todos os painéis estão distribuídos em Metas Corporativas, Metas Estratégicas de Área e Avaliação Comportamental e dão origem a uma nota individual, que resulta em uma distribuição anual, com regras claras e meritocráticas. O modelo de incentivo no longo prazo é baseado na concessão de ações para colaboradores

e administradores por meio de programas estipulados e aprovados pelo Conselho Administração.

A política de remuneração dos executivos, baseada em práticas de mercado, é validada pelo CEO e pelos membros do Conselho. A remuneração do Conselho de Administração, por sua vez, parte de pesquisas de mercado e tem como objetivo garantir oportunidades de desenvolvimento e equilíbrio entre as metas da empresa e a estratégia dos negócios.



A sala do servidor na sede da Companhia: o Magalu segue padrões internacionais para definir critérios de gestão de riscos

#descriçãodaimagem: Uma estrutura de aço, em forma de portal, é protegida por vidros decorados com estampas cor de rosa de circuitos de computadores

No compromisso do Magalu em criar e preservar valor para seus acionistas, a gestão de riscos desempenha um papel fundamental. O objetivo é identificar, avaliar e prevenir os riscos – internos e externos – aos quais a companhia está exposta. Isso é feito com o intuito de orientar a tomada de decisões de acordo com os riscos que a organização está disposta a assumir para alcançar seus objetivos, dentro dos limites estabelecidos pela alta administração.

Como evidência de que está no caminho certo, o Magalu passou, pela primeira vez, a integrar o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, em janeiro de 2022. O fato se repetiu no início de 2023, quando a empresa foi confirmada como uma das 70 organizações do país que fazem parte do ISE, que aponta o desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo reconhecido comprometimento com as boas práticas ambientais, sociais e de

Riscos sob controle



A gestão de riscos é um dos aspectos para a inclusão no ISE, índice do qual o Magalu faz parte

governança (ESG). A gestão de riscos é um dos aspectos considerados na escolha das empresas que integram o índice.

A atual Política de Gestão de Riscos do Magalu foi revisada no início de 2023 e estabelece as diretrizes e as responsabilidades relacionadas à identificação, à análise e ao monitoramento dos riscos, que são avaliados de acordo com a probabilidade de ocorrência e seu impacto no negócio, na imagem e na reputação do Magalu. Cada decisão deve levar em conta os benefícios, os aspectos negativos e os riscos envolvidos, mensurando-se a relação entre impacto e mitigação.

Para garantir que as metas estabelecidas no planejamento sejam cumpridas, a Companhia identifica, monitora e trata os riscos estratégicos, operacionais, de conformidade, de segurança de dados e socioambientais. A gestão se baseia na cultura que permeia toda a organização e na existência de área independente dedicada ao tema. A metodologia utilizada garante que a Companhia conheça os riscos existentes e os respectivos responsáveis por seu controle e gestão.

Anualmente, a alta administração do Magalu estabelece o nível tolerado de “apetite” de riscos por meio de diretrizes, metas estratégicas e recomendações do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance (CARC) para garantir a efetividade do sistema de controle. A Companhia entende também que todos os colaboradores têm responsabilidade por administrar os riscos, o que contribui para uma gestão realmente eficaz.

É SEMPRE MELHOR PREVENIR

OS PRINCIPAIS OBJETIVOS DA GESTÃO DE RISCOS

O processo de gestão de riscos da Companhia foi definido com base nas orientações consolidadas do Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (Coso) – organização privada e sem fins lucrativos criada nos Estados Unidos, em 1985, para evitar fraudes corporativas – e no processo de gestão de riscos sugerido pela norma ISO 31000:2018. Os objetivos:

- + Aumentar a probabilidade de atingir as metas estabelecidas
- + Melhorar a identificação de oportunidades e ameaças
- + Atender às políticas, às normas e aos requisitos legais e regulatórios, com padronização de conceitos e práticas
- + Melhorar o reporte das informações ao mercado para elevar a confiança das partes interessadas e garantir a transparência para todos os stakeholders, analistas de mercado e agências de crédito
- + Garantir uma base confiável de dados para a tomada de decisões e para o planejamento, com um fluxo dinâmico e eficiente de informações
- + Alocar e utilizar de forma eficaz os recursos, para melhorar o ambiente de controle
- + Assegurar que a governança corporativa seja seguida e criticamente analisada
- + Prevenir ou reduzir perdas, com o envolvimento de todos os agentes da estrutura em alguma etapa
- + Melhorar a eficácia e a eficiência operacional para aumentar a resiliência



Luizalabs, na Arena Magalu: não houve queixas de violação da privacidade ou perda de dados de clientes em 2022

#descriçãodaimagem: No centro, um grande número 6 com contorno verde, preenchido com um vidro transparente. Dentro, há luzes de led que iluminam o mockup. No teto, há um letreiro verde, iluminado e suspenso onde está escrito "labs". No canto direito, em uma sala de vidro, há um homem que usa máscara no rosto e trabalha no computador

Cibersegurança levada a sério

GRI 3-3 | 418-1 | SASB CG-MR-230A.1

Brasil foi o segundo país da América Latina a sofrer mais ataques cibernéticos em 2022: 103 bilhões de investidas. O levantamento, realizado pela empresa de cibersegurança Fortinet, aponta que o número de tentativas de crimes do gênero subiu 21% de um ano para o outro. A proteção de dados tornou-se crucial em qualquer negócio por causa dos riscos legais, financeiros e de reputação envolvidos. No Magalu, não é diferente. Entre os mecanismos adotados para garantir a segurança do ambiente tecnológico e dos

dados pessoais tratados pela Companhia estão os sistemas de monitoramento e prevenção de ataques cibernéticos, que já demonstraram ser adequados ao nível de exposição de risco da empresa.

A área de Integridade, Compliance e Prevenção à Lavagem de Dinheiro (PLD), o Luizalabs (Tecnologia da Informação) e o Departamento Jurídico são responsáveis por liderar os temas de segurança da informação e proteção de dados no Magalu. As diretrizes e as políticas definidas por essas áreas são postas em prática por equipes dedicadas a desenvolver e a executar ações de segurança cibernética e corporativa.

Em 2022, em continuidade às avaliações nas empresas coligadas, o Magalu realizou a verificação de segurança com base em melhores práticas reconhecidas pelo mercado e adotou planos de ações que elevaram a maturidade de segurança da informação dessas companhias. Assim, durante o período, não houve conhecimento nem relatos de quaisquer incidentes no Magalu. Também não houve queixas comprovadas relativas à violação da privacidade ou à perda de dados de clientes em 2022.

Por fim, cabe salientar que o Magalu dispõe de governança institucionalizada para zelar pela proteção dos dados pessoais e conta com o apoio de diversos mecanismos e instrumentos de monitoramento e controle, os quais atuam para garantir que possíveis vazamentos de dados pessoais, em seu ambiente, sejam detectados, tratados e reportados conforme as diretrizes legais e regulatórias vigentes. O Magalu, além disso, não compartilha com nenhum seller os dados financeiros, de cartões de crédito, de telefone ou de e-mail dos clientes. Os únicos dados disponibilizados são os necessários para a emissão da nota fiscal, que deve acompanhar o produto vendido na plataforma.

Boas práticas reconhecidas



PRÊMIOS E HOMENAGENS RECEBIDOS PELO MAGALU E POR SEUS EXECUTIVOS EM 2022



Magalu no Festival Internacional de Criatividade de Cannes, na França: Leão de Ouro na categoria que destaca o uso inventivo das mídias sociais

#descriçãodaimagem: Ao fundo da foto, há um telão verde onde escrito "Cannes Lions". No primeiro plano, quatro pessoas em pé. São três homens e uma mulher. A mulher e o homem à direita dela seguram um troféu dourado. Todos sorriem

MAGALU

+ EFFIE AWARDS BRASIL

Grande vencedor na premiação internacional de campanhas, estratégias de marketing e comunicação. O troféu mais importante, Grand Effie, foi para o case "Lu do Magalu: a maior influenciadora virtual do mundo". A empresa recebeu também o troféu Ouro nas categorias Influenciador e Mídia Social.

+ LU, A MAIOR DO MUNDO

Com mais de 30 milhões de seguidores nas redes sociais, Lu, do Magalu, tornou-se a maior influenciadora virtual do mundo, de acordo com o site Virtual Humans.org.

+ LEÃO DE OURO EM CANNES

Lu, do Magalu, conquistou o Leão de Ouro no Festival Internacional de Criatividade de Cannes, na França, na categoria Social e Influenciadores.

+ MELHOR EMPRESA PARA TRABALHAR GREAT PLACE TO WORK

O Magalu foi eleito a melhor empresa para trabalhar na América Latina entre companhias de grande porte.

+ BEST WORKPLACES

O Magalu e a Netshoes ficaram entre as cinco melhores empresas na categoria

Varejo, na premiação do Infojobs, que reconhece as companhias que investem na satisfação dos funcionários.

+ PRÊMIO RECLAME AQUI

Entre 1.756 empresas, o Magalu ganhou cinco troféus nas categorias de E-commerce, com Época Cosméticos (beleza, estética e cosméticos), Estante Virtual (livros), KaBuM! (informática), Netshoes (artigos esportivos) e Consórcio Magalu (consórcios).

+ CONSUMIDOR MODERNO

Grande vencedor da categoria Empresa do Ano do prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente. Recebeu prêmios também em E-commerce, Marketplace e Varejo de Eletroeletrônicos.

+ PRÊMIO IBEVAR

Recebeu do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (Ibevar) os prêmios de empresa mais eficiente e mais admirada pelos colaboradores no segmento de eletroeletrônicos e móveis.

+ PRÊMIO MERCO

É a empresa de varejo com a melhor reputação do Brasil, segundo o Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (Merco). Entre empresas de todos os setores fica em terceiro lugar.

+ BUSINESS OF FASHION

A diretora-executiva de moda e beleza, Silvia Machado, ficou entre as 500 personalidades mais importantes.

+ NPS AWARDS

Recebeu o prêmio do Net Promoter Score, que mede a satisfação dos



Luiza Helena Trajano recebe o prêmio Person of the Year da Câmara do Comércio Brasil-Estados Unidos: terceira mulher a conquistar a distinção, criada há meio século

#descriçãodaimagem: Uma mulher está atrás de um púlpito transparente, com uma placa dourada. Ela usa um vestido longo azul e segura um papel branco. Ao fundo, um telão escrito Brazilian American Chamber of Commerce, INC, em branco. Atrás, em vermelho, o ano de 2022

LUIZA HELENA TRAJANO

+ PERSONALIDADE DO ANO

Foi nomeada Person of the Year pela Câmara de Comércio Brasil-Estados Unidos, de Nova York, em 2020. A entrega do prêmio havia sido adiada por dois anos devido à pandemia de covid-19.

+ DESTAQUES DO VAREJO

Homenageada na premiação da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).

+ PRÊMIO MERCO

Primeiro lugar, pelo quinto ano consecutivo, no ranking de líderes do Monitor Empresarial de Reputação Corporativa.

clientes, Edição Varejo, na categoria Eletro, Móveis e Decoração.

+ PRÊMIO E-COMMERCE BRASIL

Ganhou três troféus: E-commerce Mais Admirado, Experiência do Cliente (para Pedro Alvim, gerente sênior de redes sociais e influência) e Profissional do Ano (para Luís Fernando Kfourri, na época diretor de logística).

+ PRÊMIO NIQ EBIT | CONSUMO OMNI NO BRASIL

Apontado como o E-commerce Mais Querido do público.

+ DESTAQUES DO VAREJO DA SBVC

Premiado pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo nas categorias de maior empresa de e-commerce

e maior loja de departamentos.

+ GUIA MELHORES DO ESG | EXAME

Destaque do ano na categoria Atacado, Varejo e E-Commerce.

+ DATA HACKERS E BAIN COMPANY

Terceira empresa mais admirada por profissionais de dados, segundo a State of Data Brazil 2022.

+ DIGITAL AWARDS

O Superapp Magalu foi eleito o melhor app de e-commerce pelo Digital Awards, que premia o cenário virtual brasileiro.

+ TOP OF MIND DE RH

A companhia foi reconhecida como destaque em Diversidade e Inclusão do mercado global de moda.

FREDERICO TRAJANO

+ EXECUTIVO DE VALOR VALOR ECONÔMICO

Vencedor do prêmio Executivo de Valor na categoria Transformação Digital.

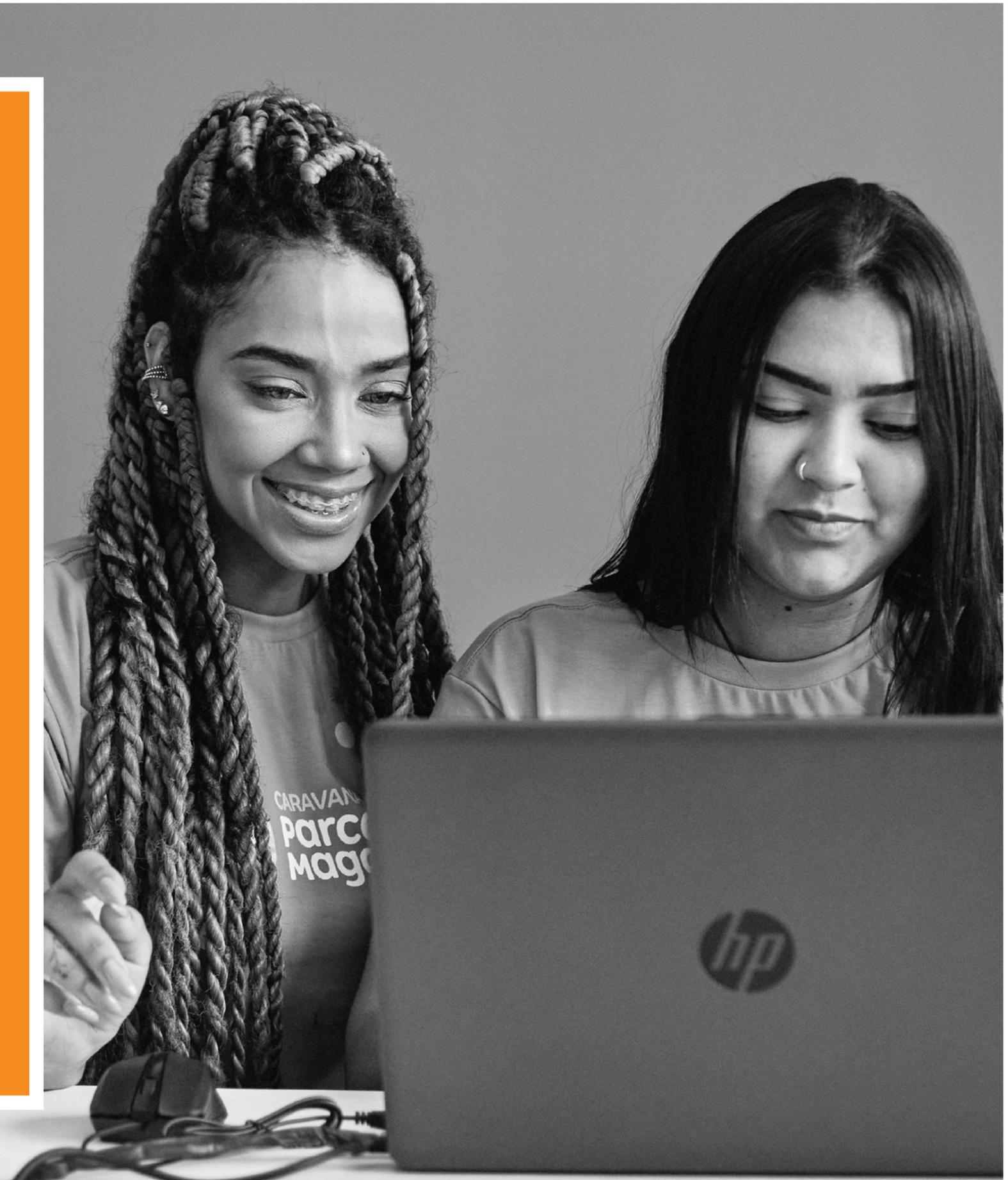
+ PRÊMIO MERCO

Ficou entre os quatro líderes com melhor reputação do país no ranking do Monitor Empresarial de Reputação Corporativa.

3

O desafio de incluir

Inclusão Digital e Empreendedorismo
Doações e Investimento Social Privado





A carreta da Caravana Magalu, em Maceió: democratização do varejo digital

#descriçãodaimagem:
Uma carreta do Magalu, com imagem de Luiza Helena Trajano, circula no centro da capital alagoana

A caravana da inclusão digital

GRI 2-6 | 3-3

Acelerada pela pandemia, a transformação digital é, cada vez mais, um caminho sem volta. No varejo, o número de consumidores que utilizam canais digitais para realizar suas compras explodiu durante a crise sanitária e continua crescendo. De acordo com dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), cerca de 84 milhões de pessoas fizeram compras pela internet no país em 2022. Em 2019, ano anterior ao início da pandemia de covid-19, eram 68 milhões. O faturamento dos negócios de comércio eletrônico no período subiu de 90 bilhões para 170 bilhões de reais – um salto de quase 90%. Foi o fechamento do varejo físico, durante os piores momentos da covid, que deixou



Os sellers venderam 15 bilhões de reais em 2022

evidente que a digitalização dos pequenos varejistas já não é uma opção - e sim uma questão de sobrevivência no longo prazo e um caminho para o crescimento.

O Magalu teve um papel relevante na digitalização do varejo brasileiro ao lançar, em março de 2020, poucos dias após a Organização Mundial da Saúde declarar a pandemia, o programa Parceiro Magalu, que permitiu ao varejista 100% analógico utilizar sua plataforma digital para chegar a consumidores de todo o país. Atualmente, o

Parceiro Magalu representa cerca de 65,3% do marketplace da Companhia. No fim de 2022, o programa contava com 260.000 sellers, que juntos, foram responsáveis por 15 bilhões de reais em vendas.

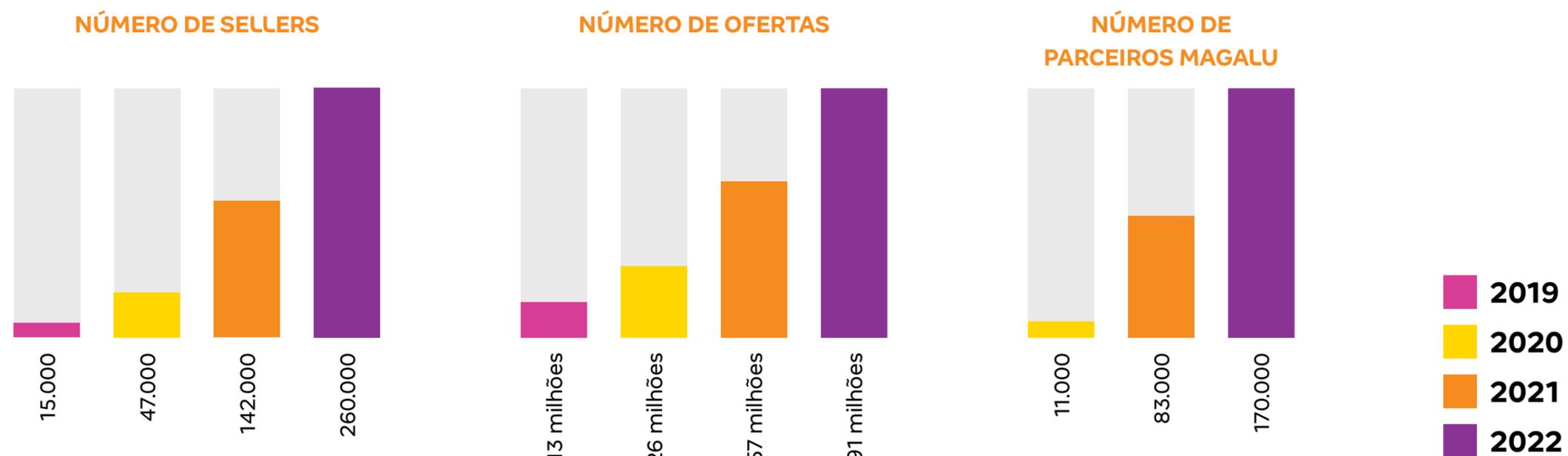
Há espaço para muito mais. O Brasil tem atualmente cerca de 6 milhões de pequenos e médios varejistas, dos quais somente 5% vendem seus produtos pela internet. Promover a inclusão digital dos lojistas analógicos é um dos objetivos estratégicos do Magalu, que em 2022 deu

novos passos nessa direção. A maior iniciativa foi o lançamento da Caravana Magalu, que vem percorrendo várias cidades do país para mostrar a empreendedores de todos os setores que vender pela internet é muito mais fácil e seguro do que eles imaginam - e que o marketplace do Magalu dispõe de todas as ferramentas de que precisam para explorar o comércio eletrônico e crescer com ele.

A Caravana Magalu foi inspirada no antigo formato de campanha eleitoral, em que os candidatos iam de cidade em cidade

NEGÓCIOS EM EXPANSÃO

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE OFERTAS E DE PARCEIROS NO MAGALU MARKETPLACE

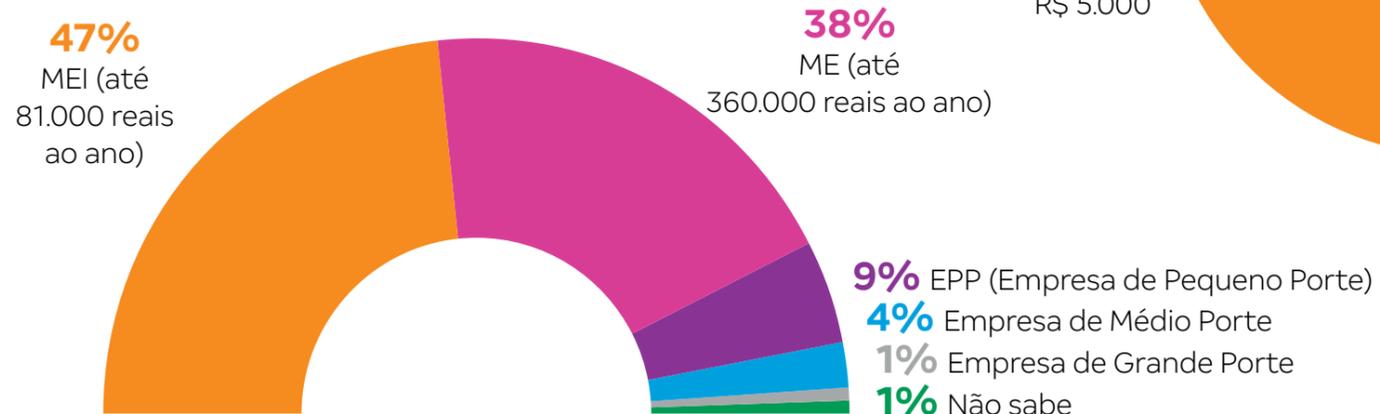


PERFIL DOS VAREJISTAS DO PARCEIRO MAGALU

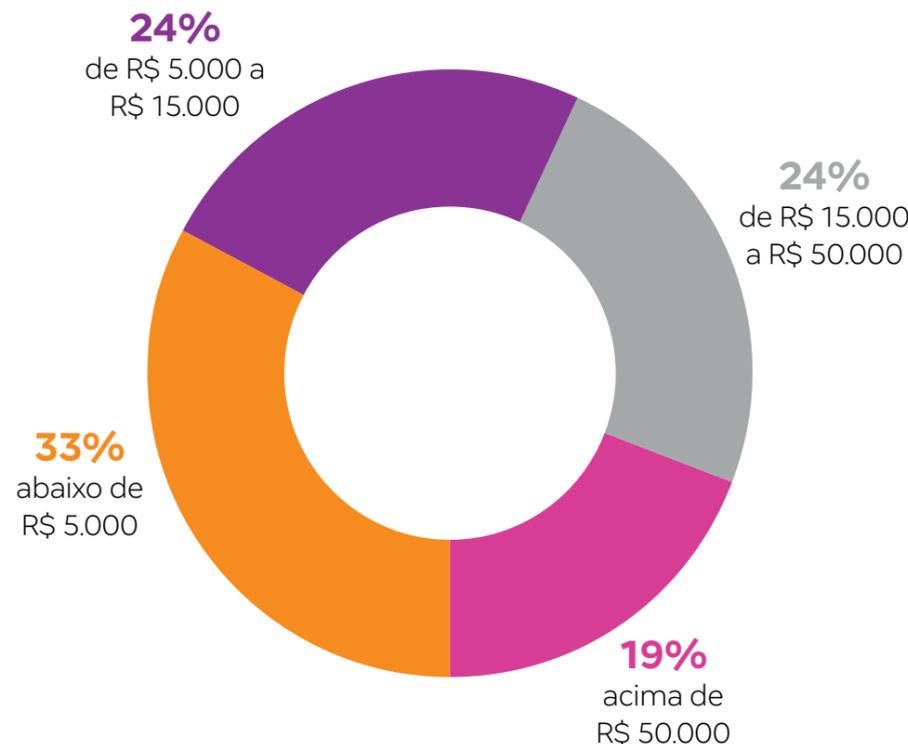
O INSTITUTO LOCOMOTIVA MAPEOU O PERFIL E AS CARACTERÍSTICAS DOS VAREJISTAS QUE FAZEM PARTE DO PARCEIRO MAGALU. A SEGUIR OS RESULTADOS*

TOTAL DE ENTREVISTADOS: 2.041
ABRANGÊNCIA: NACIONAL

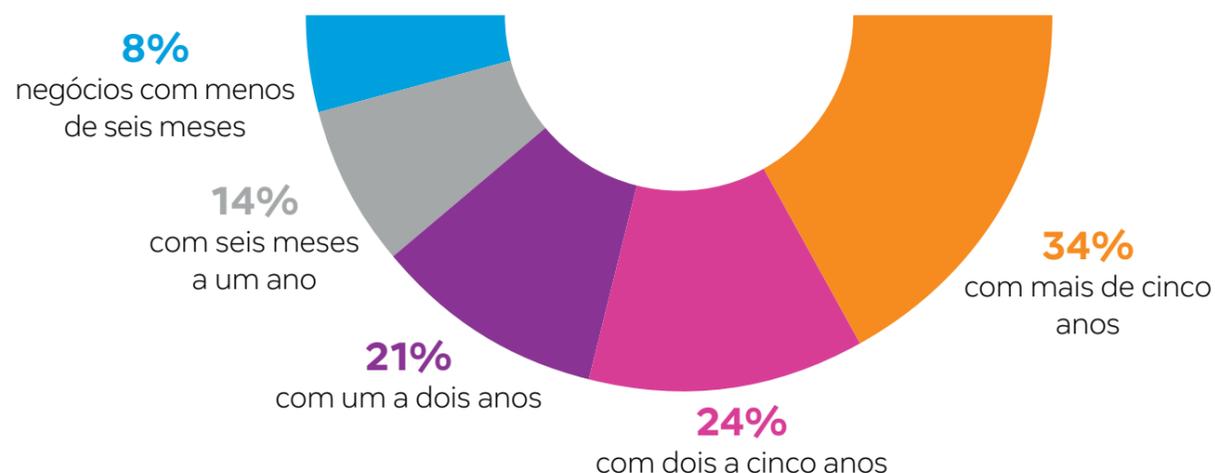
QUEM SÃO OS SELLERS DO MAGALU*



FATURAMENTO MENSAL



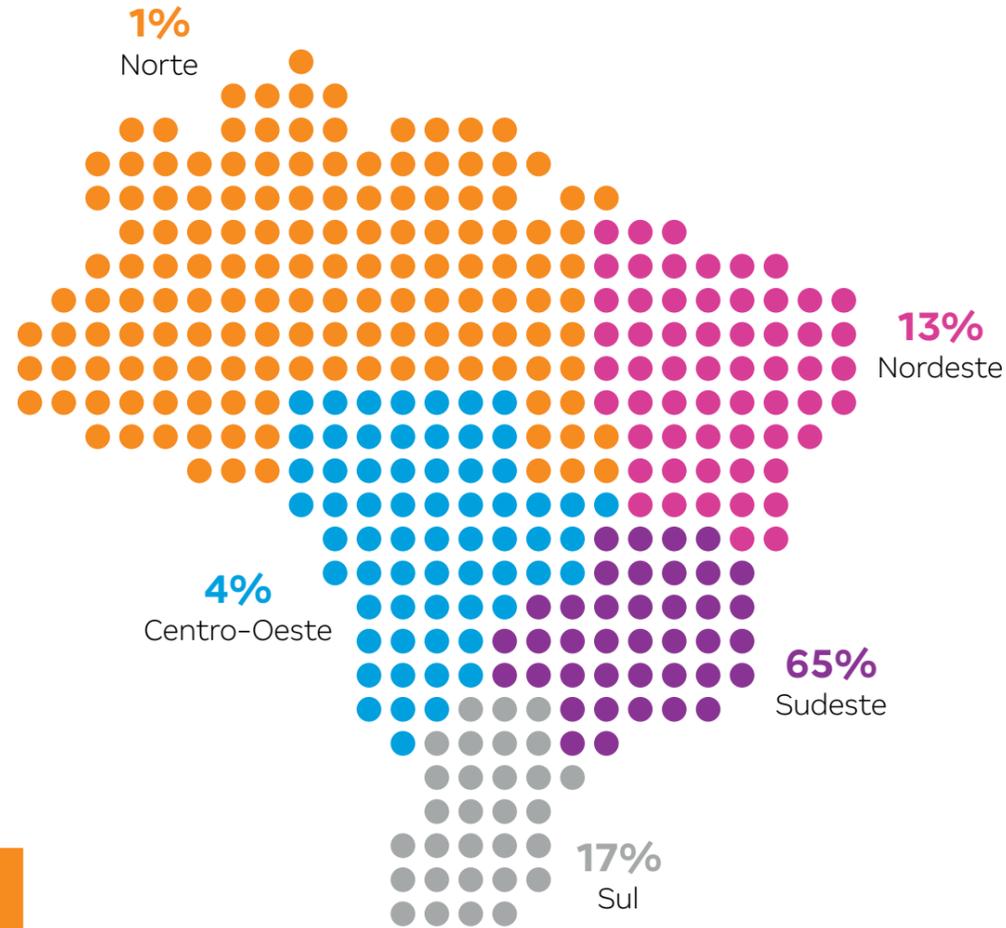
OS RAMOS DE ATUAÇÃO



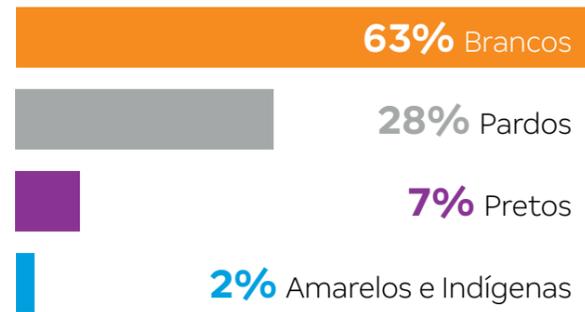
PESQUISA QUANTITATIVA ONLINE, ENVIADA À BASE DE VAREJISTAS DO PARCEIRO MAGALU
*OS NÚMEROS DECIMAIS FORAM ARREDONDADOS, O QUE PODE LEVAR A RESULTADOS TOTAIS DE 99% OU 101%



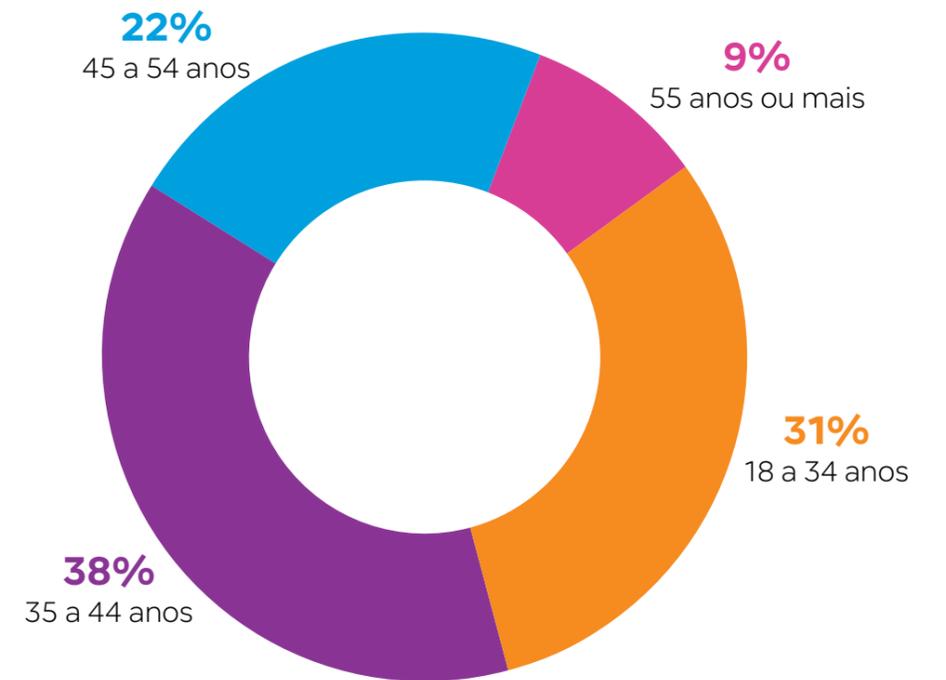
DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA



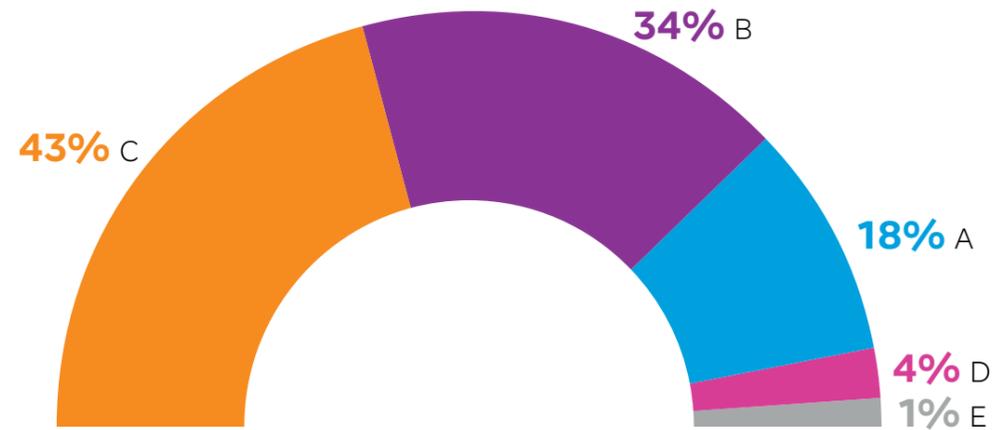
RAÇA



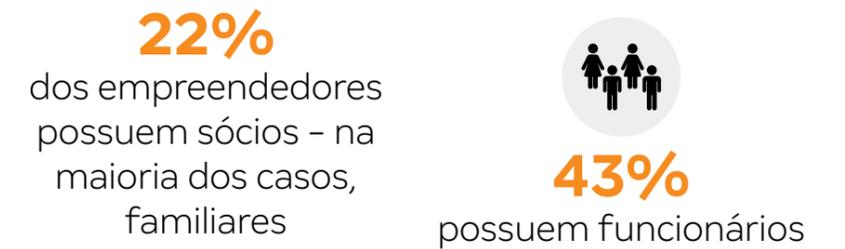
FAIXA ETÁRIA



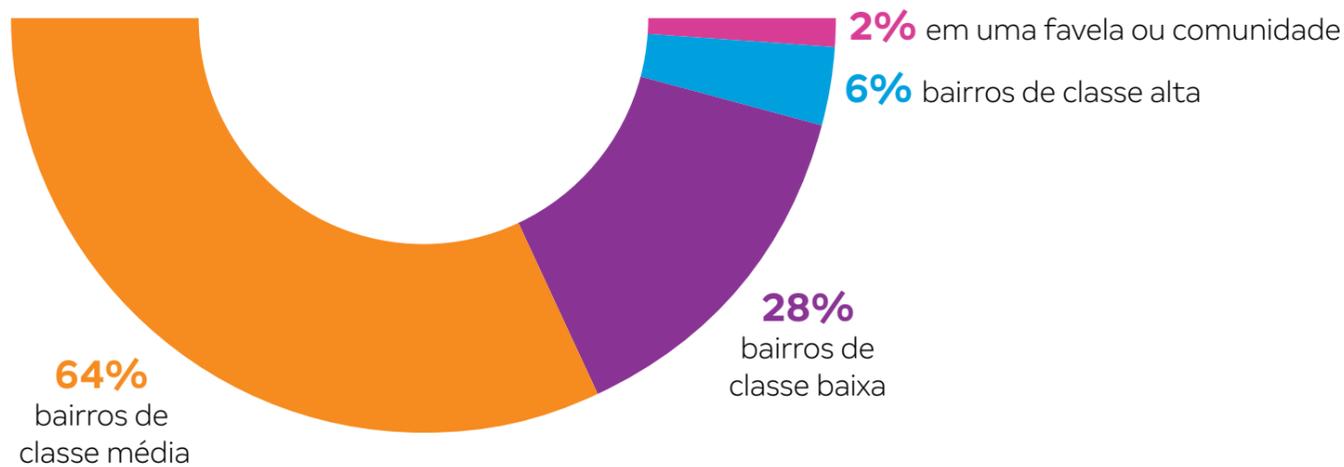
CLASSE SOCIAL



ESTRUTURA DAS EMPRESAS



ONDE MORAM?



GÊNERO





CLIQUE AQUI E CONHEÇA MAIS SOBRE A LOGÍSTICA DO MAGALU PARA O MARKETPLACE

realizando comícios para conquistar o voto dos eleitores. No caso do Magalu, a ideia é mostrar aos varejistas as oportunidades proporcionadas pelos canais digitais, ao mesmo tempo que a Companhia capta novos parceiros para seu marketplace. A primeira cidade a receber a caravana foi Maceió, em maio. O evento contou com a presença de Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração e madrinha da Caravana, e de Frederico Trajano, CEO da Companhia. Uma equipe com colaboradores de diversas áreas do Magalu esteve na capital alagoana para auxiliar os varejistas locais a conhecer as funcionalidades do Magalu Marketplace - desde o cadastro dos produtos na plataforma até os serviços de pagamento e entrega. Os empreendedores foram recebidos também nas lojas do Magalu e na Carreta Magalu, um caminhão que circulou pela cidade com uma equipe preparada para tirar as dúvidas dos varejistas.



Além de Maceió, a Caravana Magalu já passou por João Pessoa (PB), Recife (PE), Sorocaba (SP), Piracicaba (SP), Limeira (SP) e São José dos Campos (SP). Durante os eventos, os empreendedores que se cadastram no marketplace podem se inscrever nos cursos de capacitação exclusivos da UniMagalu. São 17 cursos gratuitos, como o de primeiros passos da venda online, fotografia de produtos e gestão de estoque. Em 2023, a Caravana parte para novas cidades do país.

De acordo com uma pesquisa nacional realizada em março de 2022 pelo Instituto Locomotiva com 2.041 sellers do Magalu, 47% deles são microempreendedores individuais (MEI), com receita de até 81.000 reais por ano, e 38% são microempresários (ME), faturando até 360.000 reais por ano. Desse total de entrevistados, 43% são mulheres e 35% se declaram negros - indicando que o esforço do Magalu para digitalizar o varejo brasileiro pode ser também um poderoso meio de promover a diversidade de gênero e de raça

O Magalu Marketplace tem mais de 24 milhões de clientes

Equipe de atendentes da Caravana Magalu treinadas para tirar dúvidas de varejistas locais

#descriçãodaimagem: Grupo de mulheres posicionadas em frente a notebooks para dar informações aos participantes da Caravana Magalu

entre os empreendedores.

O Magalu Marketplace funciona como um shopping virtual e dá a lojistas de todos os portes a oportunidade de ter uma vitrine nesse espaço. O parceiro que cadastrar sua loja na plataforma pode criar um catálogo de produtos, gerenciar esse catálogo, oferecer promoções, atualizar a oferta de produtos, responder às dúvidas dos clientes, conferir os pedidos e as vendas feitas e despachar para os consumidores as mercadorias vendidas.

Além de contar com a força de uma marca

estabelecida no mercado, com uma base de mais de 37 milhões de clientes, o Magalu Marketplace favorece o trabalho do vendedor por oferecer os recursos mais modernos de gestão do negócio. O parceiro pode conectar sua loja nos canais de vendas do Magalu (site, app e lojas físicas) e vender seus produtos de forma simples, sem arcar com taxa de adesão ou mensalidade. Pode gerir seu negócio de maneira fácil, acompanhando os resultados por meio de vários relatórios. Pode, enfim, preocupar-se apenas com as vendas, já que o Magalu Entregas, sistema de entrega de pedidos do marketplace, se encarrega de distribuir os produtos aos clientes - o serviço é gratuito para os vendedores, uma vez que o cliente paga o frete diretamente ao Magalu.

Em contrapartida, para fazer parte do Magalu Marketplace, o lojista deve seguir à risca todas as regras para respeitar os direitos do consumidor e garantir a lisura e a transparência do negócio. Para isso, ele é submetido a uma rígida política de seleção, que inclui checagem do CNPJ e da composição societária da empresa em diversos níveis. O processo envolve a consulta e o monitoramento de listas de alerta, restritivas e de sanções públicas, e de órgãos que monitoram irregularidades. Antes de ser admitida no marketplace, a empresa também deve ter seus produtos compatíveis com o registro na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Cerca de 10% das empresas são bloqueadas nessa fase de análise.

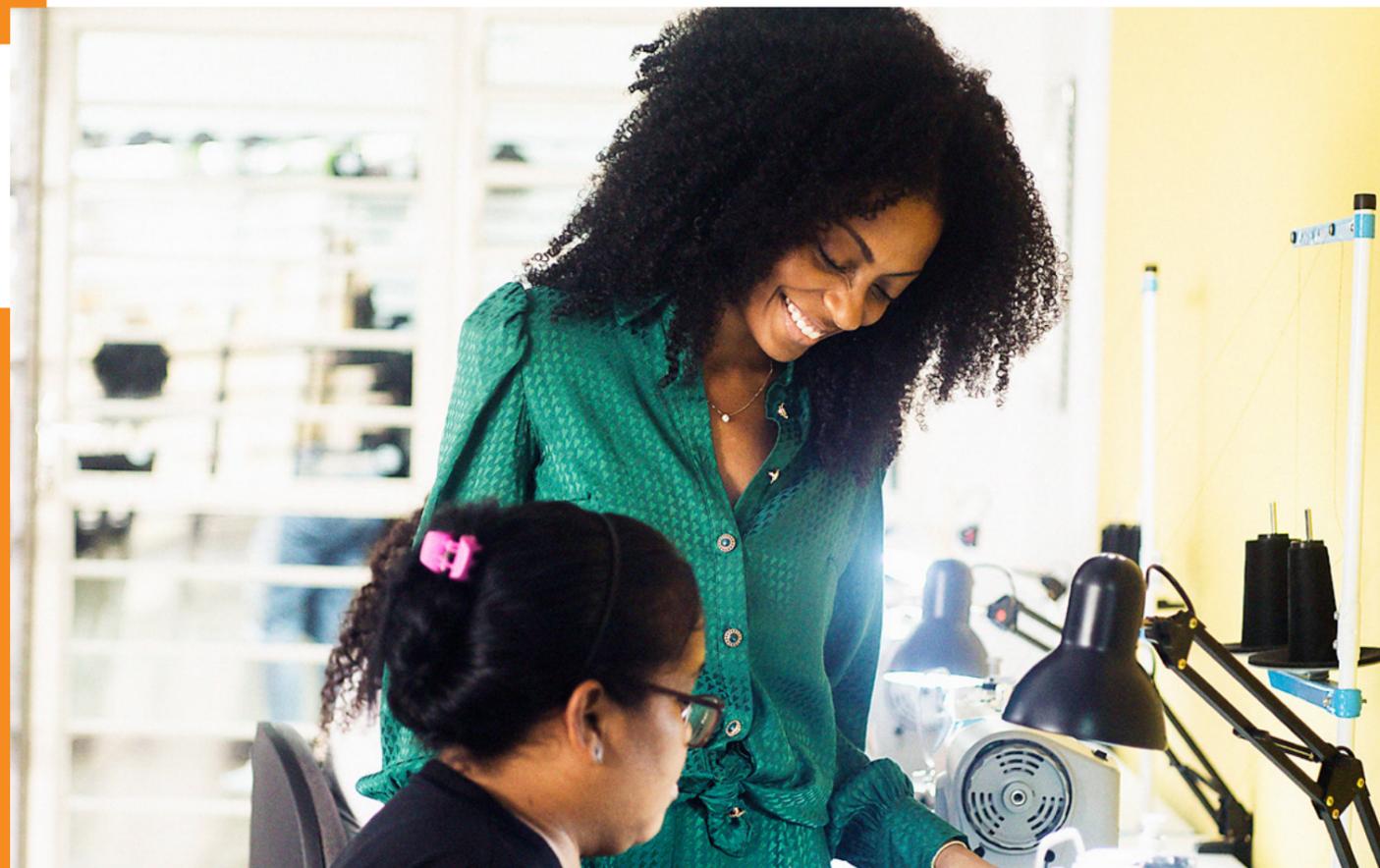
Uma vez admitido no marketplace, o seller tem suas vendas monitoradas pela plataforma, que confronta as informações do

NEGÓCIOS DE IMPACTO

Aos 6 anos de idade, a paranaense Thaís Ramos começou a alisar os cabelos. Após duas décadas de uso constante de produtos químicos, os fios tornaram-se frágeis e danificados, a ponto de abalar sua autoestima. Thaís passou, então, a buscar uma alternativa. Depois de meses de pesquisa e testes, percebeu que o problema não era só seu e havia uma oportunidade no mercado. Juntou as economias e, em outubro de 2016, inaugurou a De Benguela, uma beauty tech especializada em fios de cabelos crespos naturais para alongamentos e apliques, que permitem a mudança de visual sem recorrer a produtos químicos.

Batizada em homenagem a uma líder quilombola do século 18, a De Benguela vende seus produtos para todo o Brasil por meio de um único marketplace: o Magalu. A empresa integra o Mundo Social, iniciativa lançada em 2019 para incluir e digitalizar negócios de impacto socioambiental.

Em dezembro de 2022, o Mundo Social contava com 85 sellers, que vendiam mais de 2.000 produtos de oito categorias, como beleza, produtos veganos, roupas e artesanato. O faturamento conjunto desses empreendedores na plataforma ultrapassou 1 milhão de reais.



[CLIQUE AQUI E CONHEÇA A HISTÓRIA DE THAÍS RAMOS, DONA DA DE BENGUELA E SELLER DO MUNDO SOCIAL](#)



[CLIQUE AQUI E CONHEÇA A HISTÓRIA DO JAMINHO, SELLER DO MAGALU, DE MACEIÓ](#)



[CLIQUE AQUI E VEJA A HISTÓRIA DE FREDERICO DOS REIS, SELLER DE TAUBATÉ \(SP\)](#)

O CONTROLE DOS SELLERS E SEUS PRODUTOS

OS PRINCIPAIS RESULTADOS DO MONITORAMENTO EM 2022



Observação: o volume de produtos impactados pela block list diminuiu em relação a 2021 devido à evolução da plataforma, o que resultou em bloqueios e análises mais inteligentes.

pedido com os dados da nota fiscal enviada à Secretaria da Fazenda. O cotejamento dos dois documentos impede a sonegação de impostos mediante mecanismos ilícitos, como a reutilização ou o subfaturamento de notas.

Outra regra do marketplace diz respeito aos produtos que não podem ser vendidos na plataforma - são os chamados inegociáveis, que incluem itens como armas de fogo, cigarros eletrônicos

e remédios, além de mercadorias sem nota fiscal, falsificadas, de origem ilegal, ilícitas ou que incentivem a pornografia. Além disso, o Magalu adota medidas para prevenir e combater a venda desses itens por meio de uma block list, que em 2022 barrou 6% dos produtos dos sellers. A lista contém orientações de órgãos reguladores, como Anvisa, Inmetro e Anatel, além de informações

repassadas por marcas que costumam ser vítimas de contrabando ou falsificação de produtos. Uma empresa que fabrica videogames, por exemplo, pode repassar ao Magalu uma relação de revendedores autorizados. Dessa forma, sellers fora da lista não conseguirão vender um aparelho que tenha sido contrabandeado.

A Plataforma de Proteção de Marca (PPM) também é um instrumento utilizado para impedir a comercialização de produtos piratas, contrabandeados ou que violem a propriedade intelectual. A PPM é oferecida pelo Magalu aos fabricantes para que eles possam verificar as ofertas do site e do SuperApp. Caso encontrem um produto suspeito oferecido por um seller, o fabricante aciona o Canal de Denúncia à Marca. A partir daí, a equipe do marketplace realiza a verificação do produto e do vendedor, que pode ter de apresentar a nota fiscal de compra do item, por exemplo. Atualmente, cerca de 370 empresas dos segmentos de eletrônicos, vestuários e calçados esportivos, entre outros, utilizam a PPM.

O monitoramento de eventuais produtos ilegais é complementado por uma empresa de consultoria contratada que realiza varreduras permanentes no marketplace. A inspeção é realizada por meio de diversas bases de dados que rastreiam as informações veiculadas, como preços discrepantes e lotes de produtos irregulares.

Por fim, o Magalu mantém em seu site o Canal de Denúncia do marketplace. Por meio desse canal, qualquer pessoa pode denunciar a venda de produtos ilegais, falsificados ou de origem suspeita. O canal

A plataforma impede a venda de produtos piratas ou contrabandeados

também recebe denúncias de qualquer tipo de infração cometida pelos sellers. A política do Magalu estabelece que, na primeira infração comprovada cometida pelo parceiro, deve-se emitir uma advertência, acompanhada de orientação. Na segunda infração, o seller tem a loja inativada por 30 dias. Na terceira infração, o contrato do seller tem é encerrado definitivamente.

Em 2022, o Canal de Denúncia do Magalu Marketplace recebeu 154.116 comunicações de irregularidades, das quais 86% foram consideradas procedentes. Como resultado, 135.818 anúncios foram removidos, 3.569 sellers foram suspensos por 30 dias e 1.237 sellers foram banidos da plataforma.

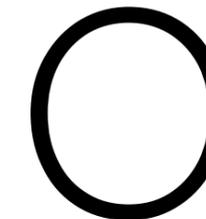


Colaboradores do Magalu e familiares durante ação de voluntariado em Franca (SP)

#descriçãodaimagem: Em um pátio a céu aberto durante o dia, mais de 160 pessoas se reúnem com roupas coloridas e copos pendurados no pescoço

De: Magalu Para: Sociedade

GRI 203-1 | 203-2 | 413-1



Magalu deu tração aos investimentos sociais ao longo de 2022, cujos principais objetivos são promover o desenvolvimento e melhorar as condições de vida de comunidades vulneráveis do país.

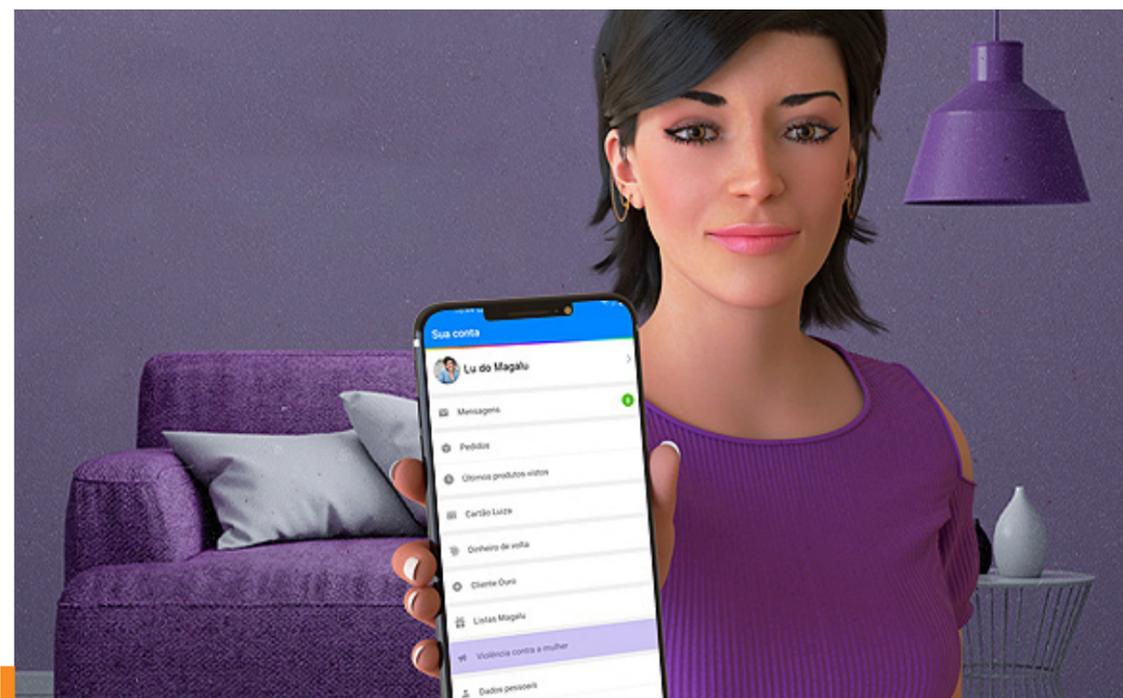
Para que as ações tenham efeito, porém, é preciso superar um desafio: garantir que os bens doados cheguem, de fato, àqueles que mais precisam.

Ao longo do ano, o Magalu doou mais de 2,7 milhões de reais e as famílias controladoras da Companhia 1,9 milhão de reais para fins sociais. Esses 4,6 milhões de reais foram direcionados a diversas ONGs e instituições sem fins lucrativos, de diferentes frentes de atuação. Com isso, a Companhia e seus controladores, a cada quatro dias, realizaram uma doação que beneficiou uma média de 21.560 pessoas em nove estados. Foram 52 toneladas de alimentos para ações de combate à fome e 553 equipamentos, entre dezenas de outros produtos para hospitais públicos. O Magalu ainda contribuiu com quase 4.000 itens – camas, colchões, eletrodomésticos e brinquedos –, doados a famílias de comunidades carentes ou em situação de calamidade pública.

Em paralelo, em março, foi lançado o Mempodera Magalu, um programa de capacitação e qualificação que tem como propósito distribuir 10.000 bolsas de estudo integrais para mulheres vítimas de violência doméstica. Elaborado e ministrado pela ComSchool, plataforma de educação que faz parte do Ecossistema Magalu, o projeto oferece quatro módulos de conhecimento, com mais de 13 horas de aula pela internet. Na última fase do curso, o tema foi empoderamento feminino, com aulas ministradas por especialistas como Sílvia Chakian, promotora de Justiça do Ministério Público do estado de São Paulo, Maira Liguori, diretora da ONG Think Olga, e Viviana Santiago, especialista em diversidade e inclusão. O objetivo da iniciativa é qualificar mulheres que dependem financeiramente de parceiros ou ex-parceiros violentos.



As doações de 2022 beneficiaram mais de 21.500 pessoas



Lu, do Magalu, faz campanha do botão do SuperApp que encaminha vítimas de violência à ONG Justiceiras (à direita)

#descriçãodaimagem: Na primeira imagem, a influenciadora virtual mostra a tela do celular, diante de um sofá e de uma luminária. Ela está de roxo, assim como a decoração. Na outra imagem, uma ilustração de mulheres com diferentes biotipos onde aparece escrito "Justiceiras: seja voluntária nesta força tarefa pró-mulher"

As bolsas estão sendo destinadas por intermédio de nove entidades que trabalham na linha de frente do combate à violência (veja quadro). Cada uma dessas organizações recebeu tablets para serem usados por mulheres que não têm recursos digitais. A iniciativa contou com um investimento de 161.000 reais.

Para que a engrenagem toda funcione, foi criado um comitê, liderado pela presidente do Conselho de Administração, Luiza Helena Trajano, e com a participação de representantes de áreas essenciais para a operacionalização das doações. O órgão se reúne mensalmente para aprovar de forma minuciosa todos os pedidos de doação, acompanhar os indicadores essenciais dessa frente de trabalho, garantir a compra dos itens localmente - para beneficiar o comércio da região - e controlar a entrega de cada doação realizada.

CANAL DA MULHER

O Magazine Luiza vivenciou um caso de feminicídio em junho de 2017, quando uma líder de loja foi morta pelo parceiro. Após este episódio, a presidente do Conselho de Administração da Companhia, Luiza Helena Trajano, lançou o Canal da Mulher: uma plataforma de comunicação interna e confidencial para atender colaboradoras efetivas e prestadoras de serviço. Além de atender as próprias vítimas, o canal está aberto a qualquer colaborador disposto a informar à Companhia sobre colegas, lideranças e subordinadas que estejam em situação de violência doméstica.

As denúncias são recebidas por uma empresa terceirizada que repassa à área de Integridade do Magalu. O Canal da Mulher tem um comitê interno que discute todos os casos e cuida de seu encaminhamento até o momento em que a colaboradora consiga

sair do ciclo de violência ou o agressor seja julgado pela Justiça. Ao longo do processo, são utilizadas ferramentas públicas, como a Delegacia Especializada de Atendimento à Vítima e redes municipais de suporte à mulher. O Magalu também apoia, com recursos financeiros, mulheres que precisam custear um aluguel para deixar a casa onde mora. A Companhia oferece ainda suporte em caso de vulnerabilidade alimentar e transferência de local de trabalho, para que a vítima se mantenha distante do agressor.

De 2017 a 2022, o Canal da Mulher recebeu 899 relatos de violência contra colaboradoras. Apenas em 2022 foram 170 casos.

JUSTICEIRAS

Em 2021, foi anunciada a ampliação das ferramentas de combate à violência contra a mulher, com a inclusão de um botão no SuperApp Magalu que recebe

denúncias e direciona ao projeto Justiceiras, um programa que oferece suporte multidisciplinar às vítimas em até 24 horas após a denúncia. O projeto conta com voluntárias nas áreas de direito, psicologia, assistência social, medicina e com uma rede de apoio capacitada para atender virtualmente diversas situações.

O Justiceiras orienta mulheres em situação de violência no registro de boletins de ocorrência e na solicitação de medidas protetivas, além de informar, fortalecer e encorajar quem está sofrendo qualquer tipo de abuso ou agressão dentro de casa.

Ao longo de 2022, por meio do botão do SuperApp, foram atendidas 222 mulheres, com registro de 43 casos de alta gravidade, 99 de média gravidade e 102 vítimas fizeram seu primeiro pedido de ajuda. Entre as denunciadas predominam mulheres pretas e pardas (60%), com idade entre 31 e 40 anos.

INICIATIVAS DE APOIO ÀS MULHERES

JUSTICEIRAS

A PLATAFORMA OFERECE UM SERVIÇO MULTIDISCIPLINAR DE ACOANHIMENTO E APOIO PARA ATENDER, EM ATÉ 24 HORAS, VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA

222

mulheres atendidas

213

casos encaminhados

102

autoras de ocorrências que fizeram seu primeiro pedido de ajuda via Justiceiras

20,2%

de casos com alta gravidade

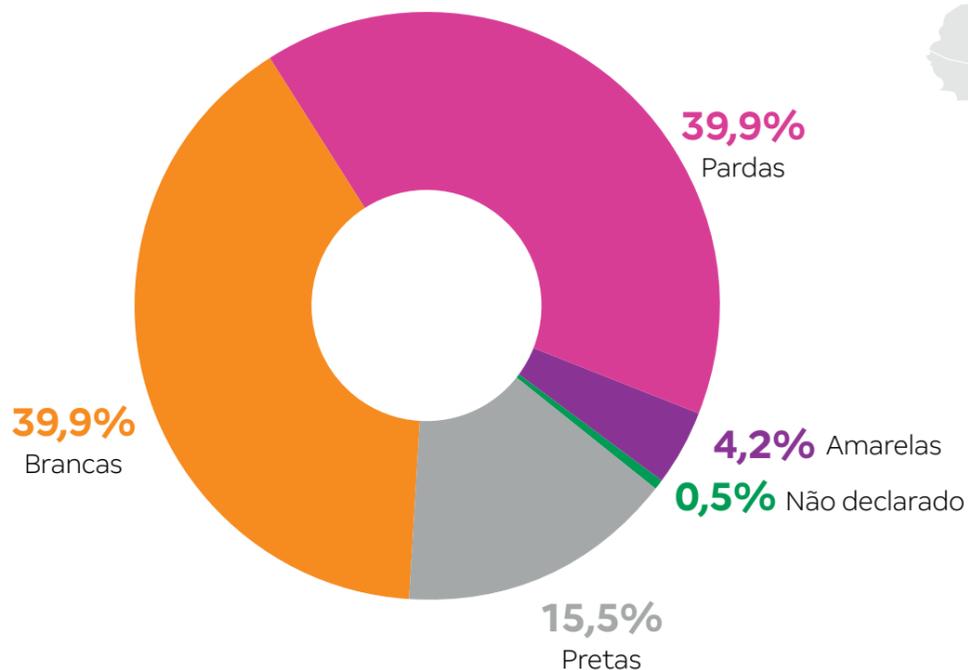
46,5%

dos casos foram com média gravidade

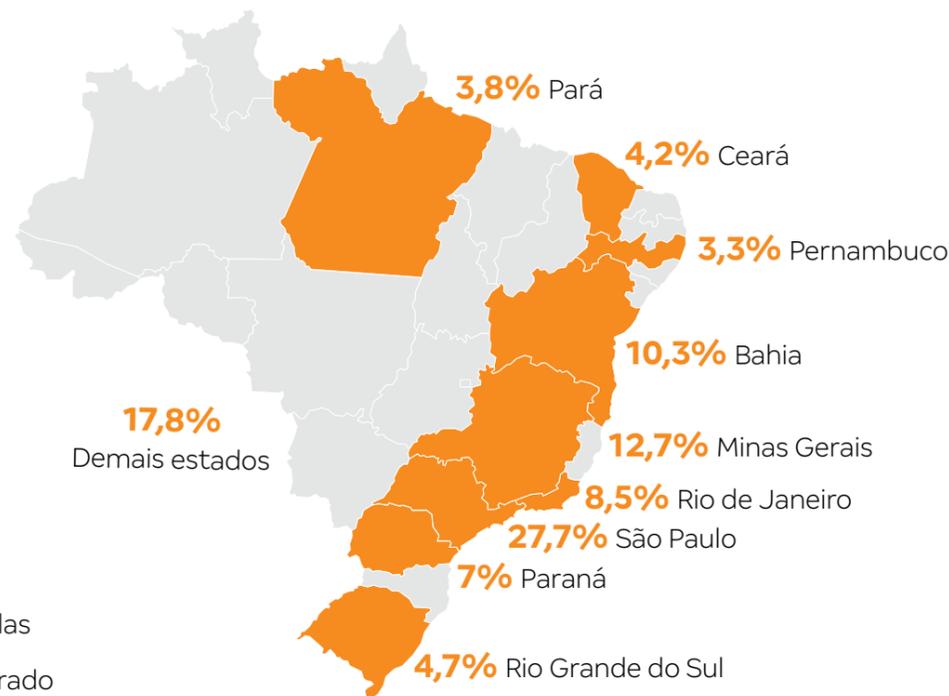
33,3%

com baixa gravidade

PERFIL DAS VÍTIMAS



DE ONDE PARTIRAM AS DENÚNCIAS (POR ESTADO)



CANAL DA MULHER

MEIO DE COMUNICAÇÃO INTERNO, SIGILOSO E CONFIDENCIAL, COM FOCO NO ATENDIMENTO ÀS COLABORADORAS EFETIVAS E PRESTADORAS DE SERVIÇO QUE TRABALHAM NAS INSTALAÇÕES DO MAGALU

De 2017 a 2022, o canal recebeu

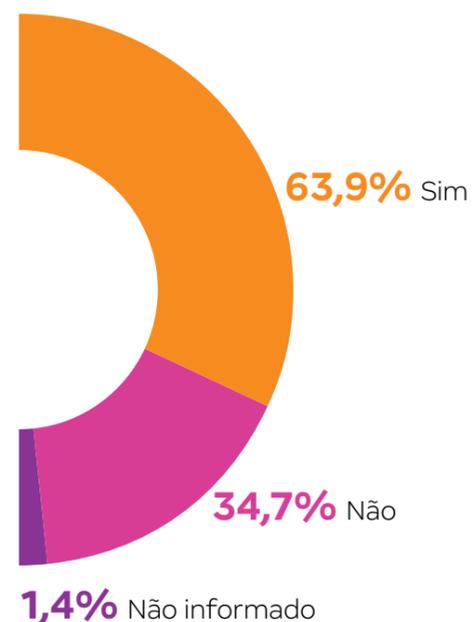
899

relatos de violência.

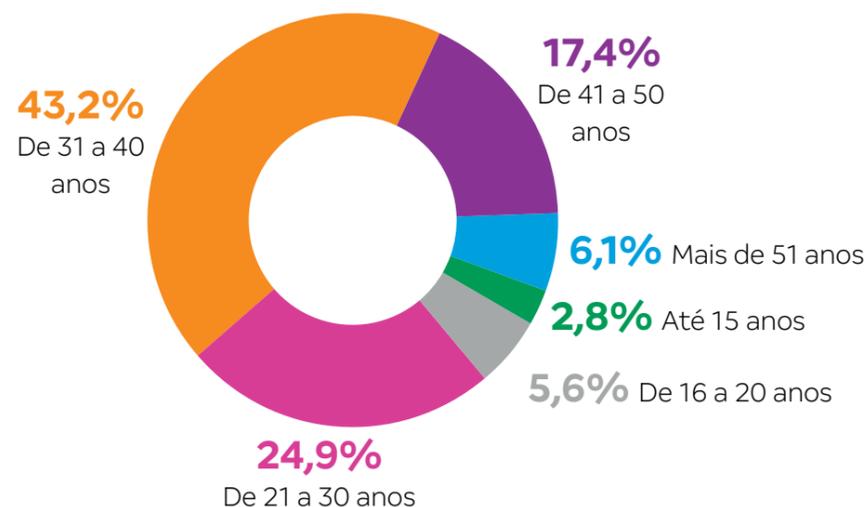
Apenas em 2022 foram

170 casos

TÊM FILHOS MENORES DE 16 ANOS



IDADE



TIPO DE AGRESSÃO*



(*) As respostas podem ser múltiplas

4

Integridade como valor

Ética e Transparência

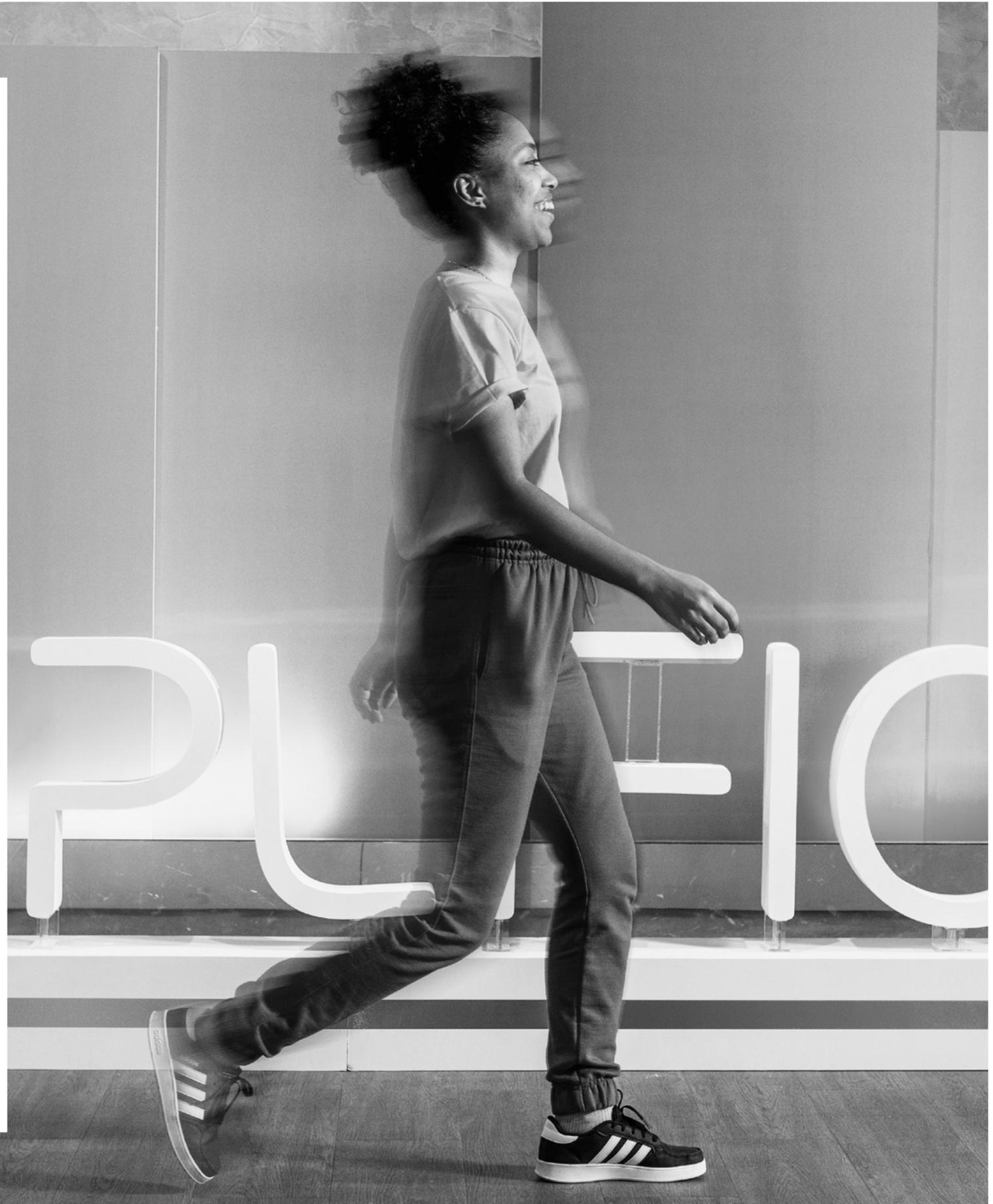
Satisfação do Cliente

Nossos Colaboradores

Diversidade e Inclusão

Gestão e Desenvolvimento de Pessoas

Direitos Humanos na Cadeia de Valor





Evento interno para colaboradores: não houve nenhuma denúncia de corrupção em 2022

#descriçãodaimagem: Ao fundo, um grande telão azul com a palavra escrita "anticorrupção". No palco, uma mulher faz a apresentação. Há uma passarela que liga o palco à plateia formada por diversas pessoas vestidas de camisetas azuis e brancas e pretas

Integridade sem concessões

GRI 2-23 | 2-24 | 2-26 | 3-3 | 205-1 | 205-2



Alguns atributos não permitem meio-termo. Ninguém é relativamente ético ou parcialmente honesto, por exemplo. Da mesma forma, integridade pela metade é um contrassenso. Ser íntegro significa agir de acordo com princípios éticos, morais e legais, mantendo-se fiel em todas as situações, sem brechas nem exceções.

Integridade é uma característica que norteia a atuação do Magalu desde sua fundação. As diretrizes e as ações para assegurar o comportamento ético foram sistematizadas com o lançamento do Programa de Integridade em 2017. O objetivo é reforçar o lema "O certo é certo" e garantir o mais elevado nível de lisura em todo o Ecosistema Magalu. As iniciativas se assentam em quatro princípios que se conectam: ética, transparência, conformidade e legalidade.

As políticas de integridade passam por revisão periódica

A Companhia conta com diversas políticas que tratam da conduta responsável no negócio, com destaque para cinco documentos: Manual de Integridade e Anticorrupção, Código de Ética e Conduta, Política de Neutralização de Conflito de Interesses e Política de Presentes, Brindes e Hospitalidades. Aprovadas pelo Conselho de Administração, essas políticas são revisadas periodicamente e valem para todos os colaboradores e públicos de relacionamento, incluindo administradores e acionistas. A aplicação dos princípios e valores se estende também para cadeia de fornecedores, parceiros e demais terceiros – para se relacionar com o Magalu, eles devem assumir formalmente o compromisso de respeitar todas as diretrizes de probidade e transparência estabelecidas pela Companhia.

PRÁTICA CONTÍNUA

Para deixar claro que repudia qualquer desvio de conduta, o Magalu criou alguns slogans que reforçam a importância da integridade no dia a dia, como: “Não dê desculpas, dê o exemplo”; “Errado é Errado”; “Qualquer exceção ao certo é um retrocesso”; “Gol de mão não vale” e #atitudemagalu.

O propósito estabelecido no Código de Ética e Conduta e no Manual de Integridade se reflete em ações concretas e práticas da Companhia. O processo contínuo de desenvolvimento dessa agenda fica sob a responsabilidade de duas áreas: Sustentabilidade e Reputação (para ações de comunicação externa) e Compliance, Integridade e PLD (que faz a gestão de todas as ações que sustentam o Programa de Integridade da Companhia).

INEGOCIÁVEIS

O QUE SÃO OS INEGOCIÁVEIS?

São as condutas não admitidas no Magalu, em hipótese alguma e sob quaisquer circunstâncias, passíveis de demissão por justa causa.

QUAIS SÃO OS INEGOCIÁVEIS?

- + Causar prejuízo ao cliente ou à empresa
- + Práticas de corrupção
- + Discriminação de qualquer natureza
- + Assédio moral e sexual ou envolver-se com liderados
- + Usar informações do Magalu ou dados pessoais de clientes e/ou colaboradores de forma indevida

POR QUE OS INEGOCIÁVEIS EXISTEM?

O objetivo é destacar os comportamentos que ferem gravemente os valores da Companhia.

VISTO COM LUPA

O sistema de monitoramento do marketplace conta com quatro canais de denúncia de irregularidades, produtos ilegais ou possíveis violações cometidas por sellers

CANAL DE CLIENTE	CONSULTORIA ESPECIALIZADA	CANAL INTERNO PARA COLABORADORES	PROTEÇÃO DE MARCAS
Botão na página de anúncio de cada produto do marketplace por meio do qual consumidores podem denunciar itens que considerem irregulares.	A Companhia conta com um escritório especializado que constantemente analisa o site e aponta produtos suspeitos.	E-mail à disposição dos colaboradores que encontram produtos ou parceiros suspeitos (produtosuspeito3P@magazineluiza.com.br).	Iniciativa voltada para a proteção de marcas contra fraudes e produtos irregulares: clique aqui para conhecer o site.

Desde 2020, o Magalu monitora a sustentabilidade na cadeia de fornecedores

devem passar por uma análise prévia de integridade. Durante esse procedimento, são averiguadas possíveis infrações socioambientais, processos administrativos e judiciais e notícias negativas - casos que podem levar ao veto da contratação.

Independentemente dos compromissos formais assumidos por seus parceiros, o Magalu adota procedimentos preventivos para mitigar o risco de se relacionar com empresas que não estejam alinhadas com seus princípios e valores. As políticas estão disponíveis nos canais oficiais de comunicação interna e na página de internet da Companhia e são reforçadas nos treinamentos promovidos internamente, sobretudo aqueles relacionados a Código de Ética e Conduta, Anticorrupção, Prevenção à Lavagem de Dinheiro, Neutralização de Conflito de Interesses e Diversidade e Inclusão.

CANAL DE DENÚNCIAS

O Código de Ética e Conduta do Magalu deve ser seguido por todos os colaboradores, acionistas e parceiros. O documento estabelece preceitos que norteiam as relações profissionais e comerciais com clientes, fornecedores, parceiros e agentes governamentais. Entre as diretrizes vale destacar os chamados Inegociáveis - condutas não admitidas no Magalu em hipótese alguma (veja quadro).

O Canal de Denúncias é operado por uma empresa terceirizada e independente e gerido pela área de Compliance, Integridade e PLD, que se reporta diretamente ao Conselho de Administração. Trimestralmente, o canal é auditado por uma empresa externa.

Toda denúncia é apurada sob a supervisão da área de Compliance, Integridade e PLD, que deve fazer o direcionamento correto

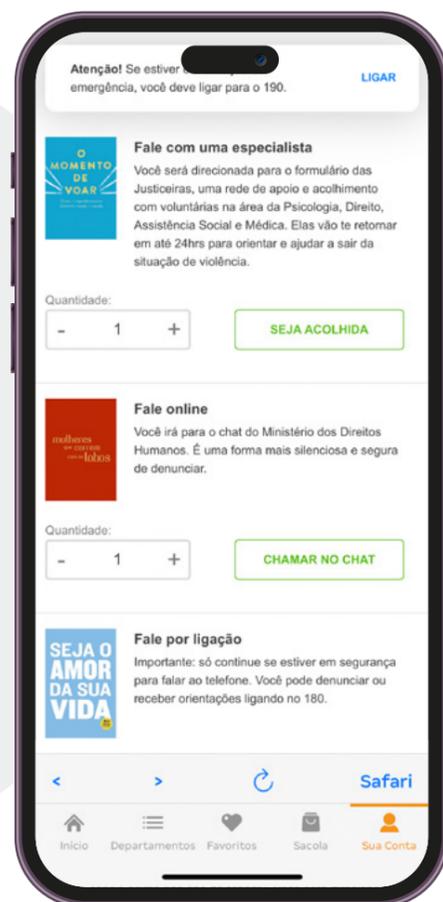
Sempre que um fornecedor inicia ou renova um relacionamento com o Magalu, é exigida a aceitação de um documento que estabelece um compromisso mínimo com os requisitos de integridade e responsabilidade socioambiental. Antes de estabelecer relacionamento com qualquer terceiro, é realizada uma verificação de integridade, a fim de garantir que esse terceiro está aderente aos requisitos de conformidade legal e de sustentabilidade.

Para as marcas próprias de vestuários e calçados, é exigida dos fornecedores a certificação da ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), obtida após um processo de auditoria. Além disso, fornecedores que se enquadram em determinados critérios, como o valor da contratação,



VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E ASSÉDIO PARA PÚBLICO EM GERAL

No SuperApp da Companhia há três botões propositalmente discretos para garantir máxima segurança às vítimas que desejam denunciar agressores. É possível ligar diretamente ao 180 ou falar via chat com o Ministério dos Direitos Humanos. Além disso, é possível entrar em contato com uma especialista do Justiceiras, rede de apoio e acolhimento com voluntárias na área de psicologia, direito, assistência social e médica.



Em 2022, o canal de denúncias recebeu 1.116 relatos. Todos os casos foram apurados

do caso até sua conclusão e o processo ocorre com a garantia de anonimato do denunciante. Em caso de desvios de conduta ou de irregularidades, o Magalu adota medidas disciplinares que podem variar de uma advertência verbal à demissão por justa causa. Isso não exclui, quando cabível, a adoção de medidas judiciais e o reporte às autoridades competentes.

Em 2022 foram recebidas 1.116 denúncias, com a apuração de 100% dos casos. Desse total, 492 foram consideradas procedentes ou parcialmente procedentes e resultaram em aplicação de medida disciplinar conforme prevê a Política de Consequências do Magalu.

Desde 2017, a empresa mantém o Canal da Mulher, um serviço de acolhimento que oferece ajuda às colaboradoras vítimas de violência. Por meio dele, qualquer funcionário pode denunciar ou notificar a existência de mulheres em situação de risco. Em 2022 foram recebidos 170 relatos, que, conforme a gravidade, resultaram em assistência psicológica e orientação jurídica às colaboradoras.

MANUAL ANTICORRUPÇÃO

Para consolidar os conceitos estabelecidos em seu Código de Ética e Conduta e fortalecer o compromisso de combater práticas de corrupção, o Magalu elaborou um Manual Anticorrupção, no qual detalha os procedimentos adotados e os atos que podem ser associados à prática de corrupção. Suas regras devem ser seguidas por todos os colaboradores.

Pela Lei Anticorrupção, apenas atos de corrupção a agentes públicos são passíveis de punição. O Magalu vai além. A Companhia proíbe qualquer prática de corrupção, independentemente de a conduta se relacionar a agentes públicos,

LINHAS DIRETAS

DISQUE PRESIDÊNCIA

Canal de denúncias direto com a presidente do Conselho de Administração da Companhia.

Telefone: (16) 3711-2068

E-mail:

luizahelena@magazineluiza.com.br

VIOLAÇÕES AO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

Operado por uma empresa independente e especializada, esse canal pode ser utilizado de forma anônima por qualquer colaborador ou terceiro que deseje reportar uma situação de não conformidade com a legislação e/ou com o Código de Ética e Conduta da Companhia. Todas as denúncias são avaliadas e investigadas, com a garantia de anonimato e de proteção aos denunciantes contra eventuais retaliações.

Telefone: 0800 792 1007

Site: <https://canalconfidencial.com.br/magazineluiza/>

CANAL DA MULHER

O canal é aberto para ouvir não só as colaboradoras vítimas de violência doméstica como também qualquer colaborador disposto a informar à Companhia sobre colegas, lideranças e subordinadas submetidas a essa situação.

Telefone: 0800 741 0009

E-mail: denuncia@canalmulhermagazineluiza.com.br

PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES GRI 2-28

O Magalu faz parte de diversas associações ligadas ao setor de varejo e aos temas de integridade, diversidade e sustentabilidade

- + ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil)
- + Acordo Ambiental de São Paulo (Cetesb)
- + Alliance for Integrity (Afin)
- + Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico
- + Câmara Internacional de Comércio Brasil (ICC Brasil)
- + Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES)
- + Conselho Nacional da Gestão Pública, do Conselho Superior Estratégico da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)
- + Fecomércio
- + Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+
- + Grupo Mulheres do Brasil
- + Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial
- + Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial (IBHE)
- + Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV)
- + Movimento pela Equidade Racial (Mover)
- + Movimento Mulher 360
- + Programa Brasileiro GHG Protocol

empresas privadas ou indivíduos. Os valores envolvidos também não importam. Em conformidade com a lei, a Companhia considera infração grave qualquer ato ilícito relacionado à prática de fraude, corrupção, suborno ou propina, pagamento de facilitação e vantagem indevida.

Para reduzir os riscos de corrupção, os contatos profissionais com agentes públicos devem ser transparentes e legítimos. É necessário que sejam feitos por profissionais capacitados e com a participação de mais de um colaborador do Magalu, em ambientes profissionais. Também é recomendada a elaboração de relatórios ou atas de reunião para o registro dos assuntos tratados durante esses contatos.

Em 2022, 100% da alta liderança dos

colaboradores e sellers (parceiros comerciais) do Magalu receberam comunicado referente ao tema de combate à corrupção por meio dos canais oficiais da Companhia. Os treinamentos anticorrupção foram realizados para áreas específicas, conforme o grau de exposição ao risco. Ao longo do ano, não foi recebida nenhuma denúncia de corrupção por meio dos canais disponíveis.

PROTEÇÃO DE MARCAS

O Programa de Proteção de Marcas do Magalu é uma plataforma na qual marcas e fornecedores autorizados podem denunciar irregularidades na venda de seus produtos dentro do ambiente digital do marketplace da Companhia. A iniciativa se baseia nos Inegociáveis do Magalu

– que vedam a venda de produtos de origem ilícita, sem nota fiscal, e de itens falsificados ou que violem de alguma forma a lei – e no Guia de Autorregulação do Comércio Eletrônico, criado pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP).

O programa é realizado em parceria com a Offer, empresa mundialmente reconhecida por proteger marcas no ambiente online. Podem participar da iniciativa empresas que detenham os direitos de propriedade intelectual ou suas representantes autorizadas, além de companhias prejudicadas em razão de comércio ilegal ou abusivo. Não há custo para aderir ao programa e não é necessário fazer parte do marketplace. Até agora 146 empresas aderiram ao Programa de Proteção de Marcas.

AS DENÚNCIAS E AS CONSEQUÊNCIAS GRI 2-26

Em 2022, o Grupo Magazine Luiza recebeu um total de 1.116 relatos por meio do Canal de Denúncias de integridade. Destacaram-se os seguintes tipos de denúncia:

ASSÉDIO MORAL: 16% das denúncias recebidas (180), das quais 86 foram procedentes integral ou parcialmente;
ASSÉDIO SEXUAL: 1% das denúncias recebidas (13), das quais 8 foram procedentes integral ou parcialmente;

DISCRIMINAÇÃO: 3% das denúncias recebidas (21), das quais 14 foram procedentes integral ou parcialmente;
DESCUMPRIMENTO DE PROCEDIMENTO (não cumprimento de políticas internas): 8% das denúncias recebidas (89), das quais 48 foram procedentes integral ou parcialmente;
DESVIO DE COMPORTAMENTO (situações que não estão enquadradas como assédio moral e/ou sexual): 15% das denúncias recebidas (170),

das quais 92 foram procedentes integral ou parcialmente.

Após a apuração das denúncias recebidas e a verificação de sua procedência, foram aplicadas as medidas previstas na Política de Consequências cabíveis a cada caso. Isso resultou em 283 medidas aplicadas no ano para todas as tipologias, sendo: 168 advertências, 2 suspensões, 84 desligamentos e 29 desligamentos por justa causa.

O cliente é a razão de existirmos

GRI 2-6 | 2-16 | 2-25 | 2-29

É fácil entender por que os clientes são a razão de uma empresa existir. São eles que demandam produtos e serviços e geram a receita necessária para o crescimento de um negócio. São eles que indiretamente pagam os salários de todos os colaboradores. São eles que estimulam a inovação ao obrigar uma companhia a buscar formas de atendê-los cada vez melhor para se destacar da concorrência. Não por acaso, o Magalu definiu há alguns anos que uma de suas estratégias mais importantes seria colocar o cliente ainda mais no centro de seu negócio.

O consultor americano Tom Peters, conhecido por suas ideias sobre excelência empresarial, afirma que a experiência do cliente é o fator mais relevante que diferencia uma empresa das outras. Para ele, as empresas devem se esforçar para criar experiências incríveis para os clientes desde o primeiro contato até o pós-venda. No Magalu, essa ideia está sintetizada em um de seus valores basilares – colocar o cliente em primeiro lugar, cultivando a paixão por vender, servir e encantar.

O número de clientes que o ecossistema Magalu atrai e



Loja no bairro de Santo Amaro, em São Paulo: a meta é melhorar cada vez mais a experiência dos consumidores

#descriçãodaimagem: Cliente examina produtos enquanto recebe orientações da atendente

A relação com os clientes não termina com a conclusão das vendas

mantém é expressivo. Em 2022, atendeu cerca de 55 milhões de pessoas (mais que a população da Espanha) de diversos segmentos, incluindo consumidores finais, sellers que utilizam as plataformas, supermercadistas, donos de bares, restaurantes, lanchonetes e outros estabelecimentos. Com uma rede conectada que oferece tanto produtos quanto soluções, o grupo atua em múltiplos mercados, de todas as regiões do Brasil.

O Magalu desenvolve diferentes estratégias de engajamento e comunicação com seus principais públicos de relacionamento. Uma delas é o uso intensivo das redes sociais, que diariamente engajam não só clientes como também colaboradores, investidores e organizações da sociedade civil. A Lu do Magalu é a influenciadora virtual mais popular do mundo, com cerca de 32 milhões de seguidores, que acompanham a Lu divulgando campanhas de marketing e de alcance social, como iniciativas de diversidade e inclusão de combate à violência contra a mulher.

A Companhia se conecta com os clientes também por meio dos canais dedicados a receber feedbacks e denúncias e por meio de sua central de atendimento, que regularmente realiza pesquisas de satisfação com os consumidores. A ideia é aproveitar as sugestões e críticas recebidas em todos os pontos de contato para aprimorar os processos de forma contínua.

EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO

Oferecer um atendimento de boa qualidade é essencial para o sucesso de qualquer

negócio. No Magalu, a busca de excelência nesse quesito é motivada pelo desejo não só de vender, como também de fidelizar o cliente. O relacionamento da empresa com o consumidor não termina no momento em que a venda é concretizada. A Companhia coloca à disposição toda sua estrutura de atendimento para esclarecer dúvidas, ouvir sugestões e reclamações e resolver os problemas que eventualmente surgem.

Há evidências de que a Companhia está no caminho certo. Em 2022, o Magalu conquistou cinco troféus no Prêmio Reclame Aqui, um dos principais selos de qualidade de atendimento das empresas que operam no Brasil. O grupo obteve reconhecimento nas categorias de e-commerce com a Época Cosméticos (beleza, estética e cosméticos), a Estante Virtual (livros), o KaBuM! (tecnologia

e games), a Netshoes (artigos esportivos) e o Consórcio Magalu (consórcios).

Para concorrer ao Prêmio Reclame Aqui, é necessário preencher alguns requisitos, como ter nota de reputação Boa ou Ótima ou o selo RA1000 – a certificação do site que reconhece a excelência no atendimento ao cliente. A última edição do prêmio contou com a participação de 1.756 empresas em todas as categorias as quais receberam votos de 17,5 milhões de clientes.

Um diferencial do Magalu: a empresa não separa as notas dadas pelos clientes 1P (que compram produtos do estoque do próprio Magalu) das notas atribuídas pelos consumidores 3P (que compram de sellers do marketplace). Essa prática não é usual entre os grandes varejistas, que costumam deixar o pós-venda sob responsabilidade exclusiva dos

EMPRESAS DO ECOSISTEMA MAGALU COM O SELO RA1000

O RA1000 foi criado pelo site Reclame Aqui para destacar as empresas com excelente serviço de atendimento ao cliente

- + aiqfome
- + Consórcio Magalu
- + Época Cosméticos
- + Estante Virtual
- + Luizacred
- + Luizaseg
- + Magalu Loja Online
- + Magalu Loja Física
- + Netshoes
- + Zattini



Com o serviço de fulfillment, 20% das entregas são feitas em até 24 horas

sellers. Como parte dos pequenos e médios varejistas não tem estrutura para prestar atendimento de qualidade, a satisfação do cliente 3P costuma ser inferior à do 1P. Isso faz com que muitas empresas do setor segreguem as notas do Reclame Aqui entre clientes 1P e 3P para manter um nível de reputação mais alto de suas marcas.

O Magalu considera que cliente é cliente - não importa se ele compra um produto do próprio Magalu ou de um dos 260.000 parceiros que vendem pelo SuperApp ou pelo site da Companhia. Quando o seller não soluciona um problema do consumidor, quem cuida do caso é o Luiza Resolve, serviço de atendimento do Magalu.

ATENDIMENTO 10 ESTRELAS

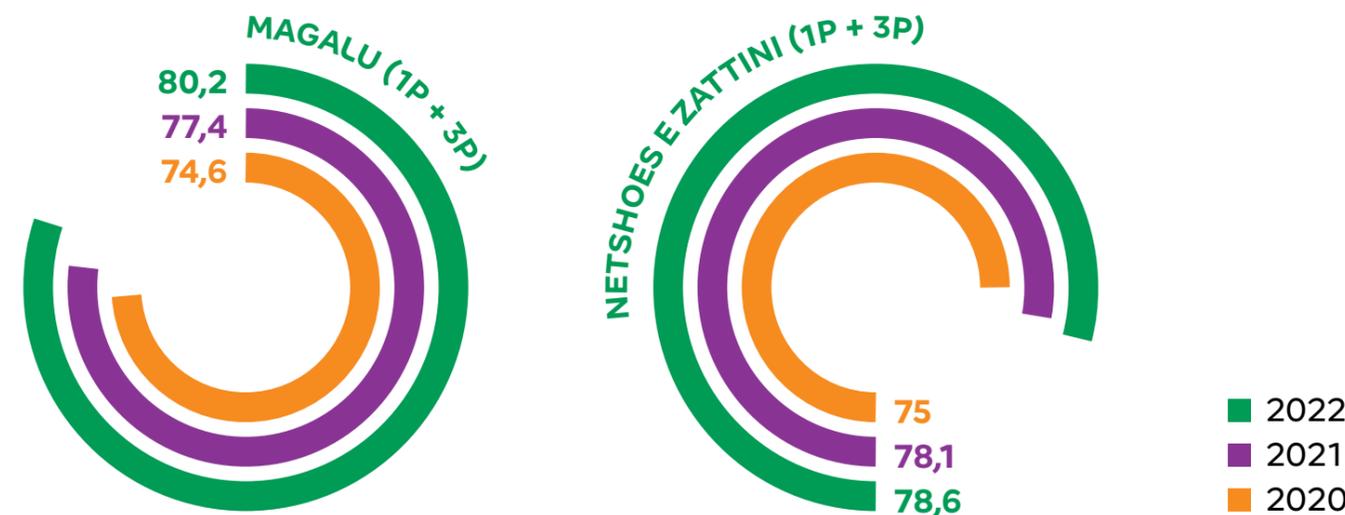
Para aprimorar seu relacionamento com o cliente, o Magalu desenvolveu um método próprio de atendimento, batizado de 10 Estrelas. A ideia é evitar os scripts mecânicos e padronizados seguidos pela maioria dos serviços de atendimento ao cliente disponíveis no mercado. O método do Magalu foi desenvolvido com o apoio da consultoria Maíz, que passou quase um ano analisando o dia a dia dos melhores atendentes do Luiza Resolve com o objetivo de extrair as boas práticas e depois disseminá-las por toda a equipe. Cerca de 85% dos profissionais do Luiza Resolve já passaram pelo treinamento em Atendimento 10 Estrelas.

Um dos indicadores que mostram que a Companhia está avançando é o First Call Resolution (FCR, ou Resolução na Primeira Chamada, em português), que mede o percentual de clientes que tiveram seus problemas totalmente resolvidos em uma única ligação, sem necessidade de entrar em contato novamente com a empresa ou aguardar o retorno do atendente. No Magalu, esse índice (para clientes 1P + 3P) subiu de 77,4%, em 2021, para 80,2%, em 2022. Quanto maior essa taxa, menor o custo operacional gerado por ligações repetidas, melhor a produtividade da empresa, aumentando as chances de fidelizar os clientes.

O Magalu continua em busca de novos meios de melhorar a experiência dos clientes em toda a sua jornada de relacionamento. Recentemente, ocorreu o lançamento do serviço de fulfillment — o marketplace do Magalu se encarrega agora de armazenar, embalar e enviar os produtos de seus vendedores parceiros aos clientes finais. Essa operação é realizada com o apoio dos mesmos centros de distribuição utilizados na operação de 1P. Nos primeiros meses de funcionamento do serviço, lançado em junho de 2022, cerca de 20% dos produtos chegaram aos clientes em até 24 horas. Hoje, ao redor de 1.000 sellers do marketplace utilizam o serviço de fulfillment e se beneficiam da escala da maior operação de 1P do Brasil, o que permite uma entrega mais rápida com custos mais baixos. O plano é expandir o fulfillment para diferentes regiões do país ao longo de 2023 e, assim, reduzir os prazos de entrega dos sellers - e melhorar a experiência dos clientes.

SEM TEMPO A PERDER

RESOLUÇÃO DAS SOLICITAÇÕES DOS CLIENTES NA PRIMEIRA CHAMADA (EM %)



QUEM SÃO OS MAGALUS

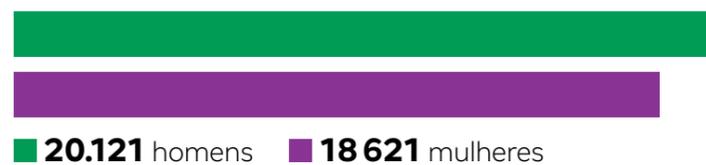
UM RETRATO DE NOSSOS PROFISSIONAIS

GRI 2-7 | 2-8 | 3-3 | 405-1 | SASB CG-MR-330A.1

Em dezembro de 2022, a Companhia empregava quase 39.000 colaboradores em todo o país. Desse total, 51,94% são homens e 48,06%, mulheres. A maior parte dos funcionários tem idade entre 30 e 50 anos, é preta ou parda e está localizada na Região Sudeste.

A seguir, as principais informações sobre quem são as pessoas que formam o Magalu.

TOTAL DE FUNCIONÁRIOS: 38 742*



HOMENS

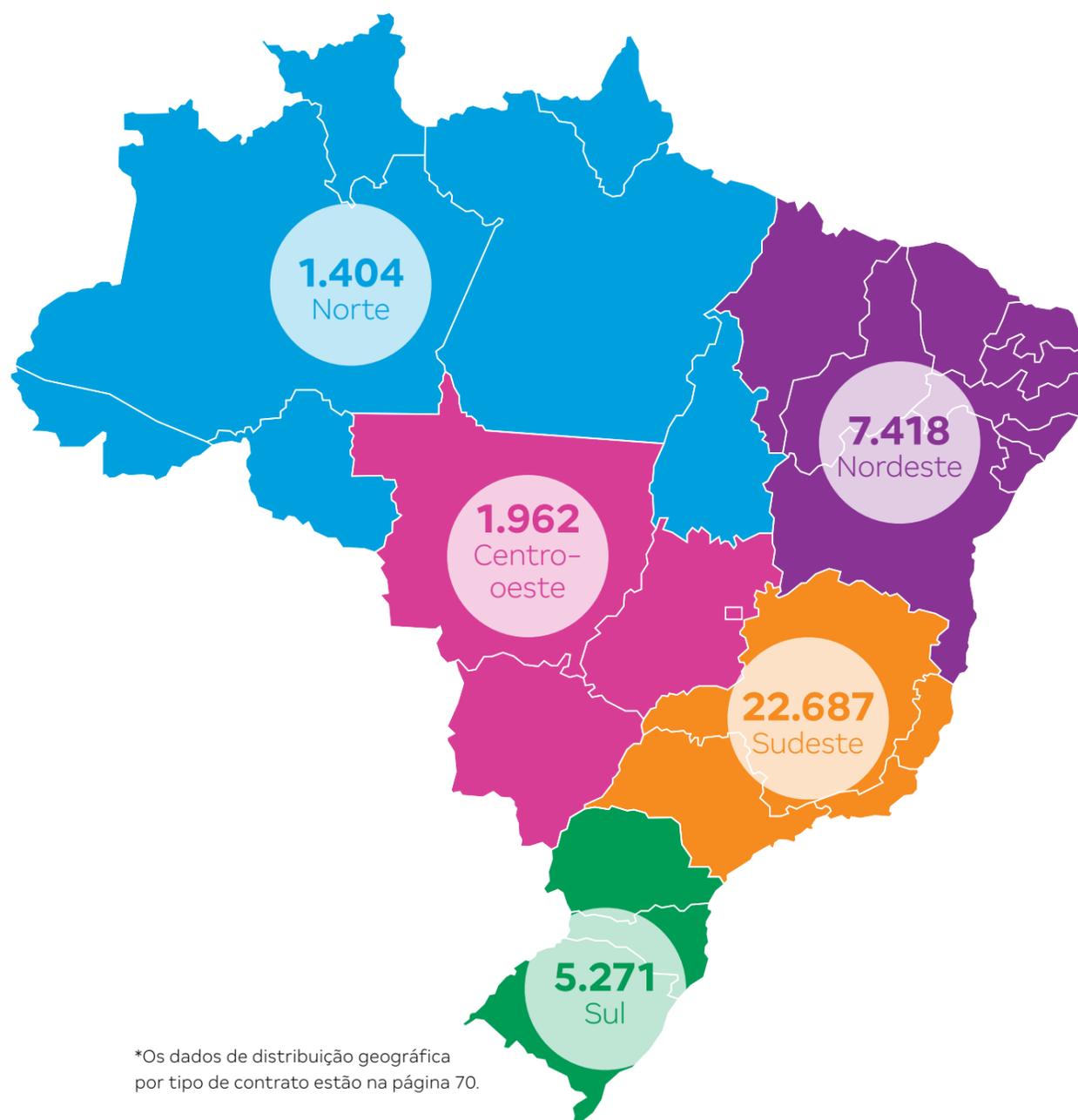


MULHERES



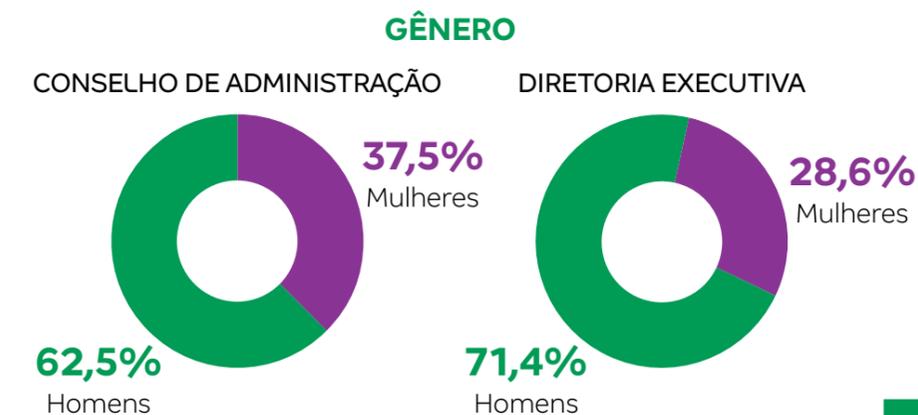
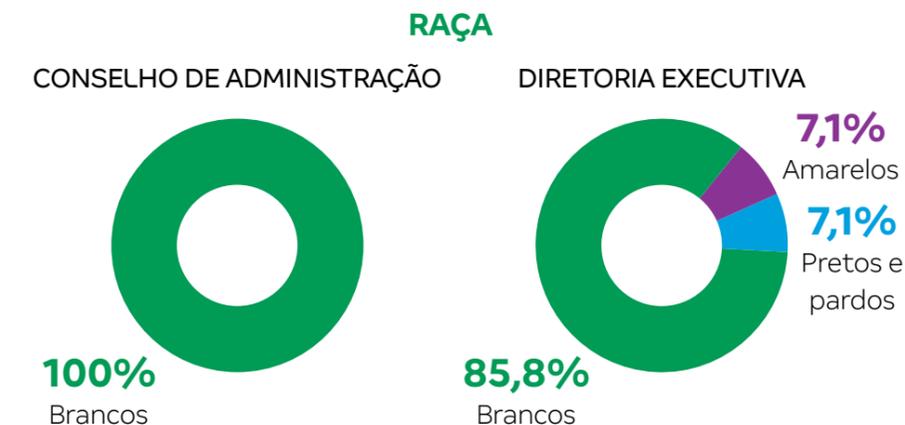
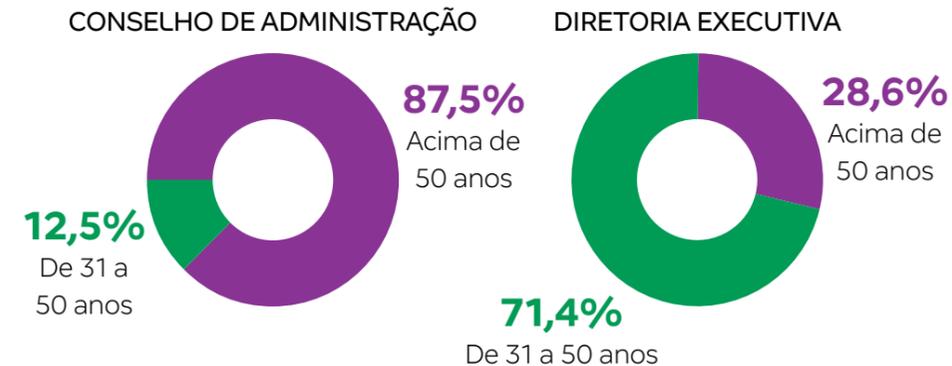
*Além desse total de colaboradores, a companhia conta com 3 160 trabalhadores intermitentes – 1 843 mulheres e 1 317 homens. O ecossistema Magalu conta também com 1 867 trabalhadores terceirizados, cujas principais atividades são segurança e limpeza.

ONDE ESTÃO OS MAGALUS*

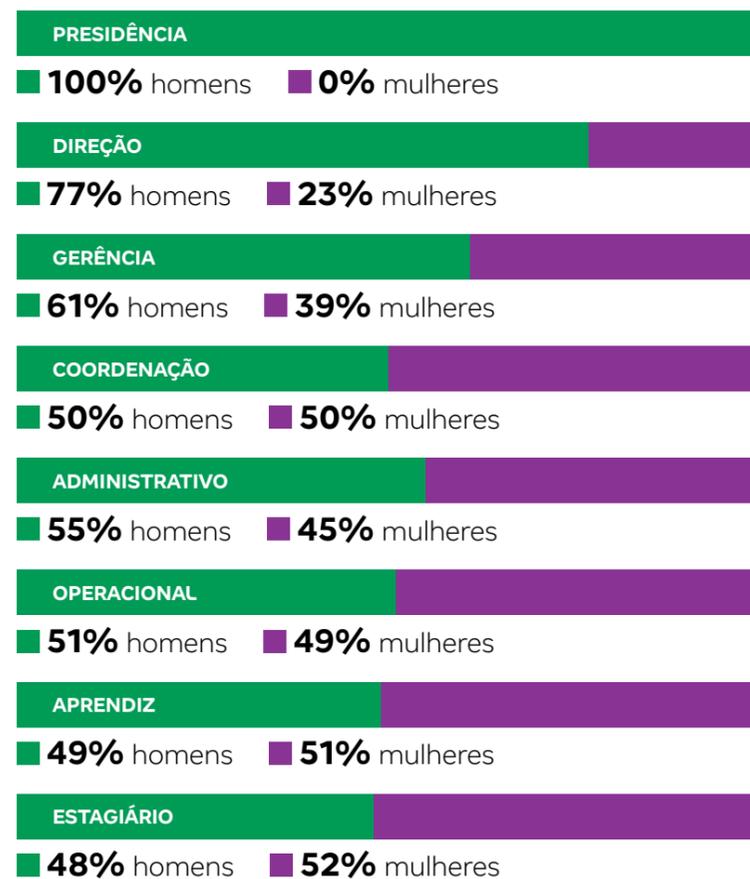


*Os dados de distribuição geográfica por tipo de contrato estão na página 70.

DIVERSIDADE NA LIDERANÇA

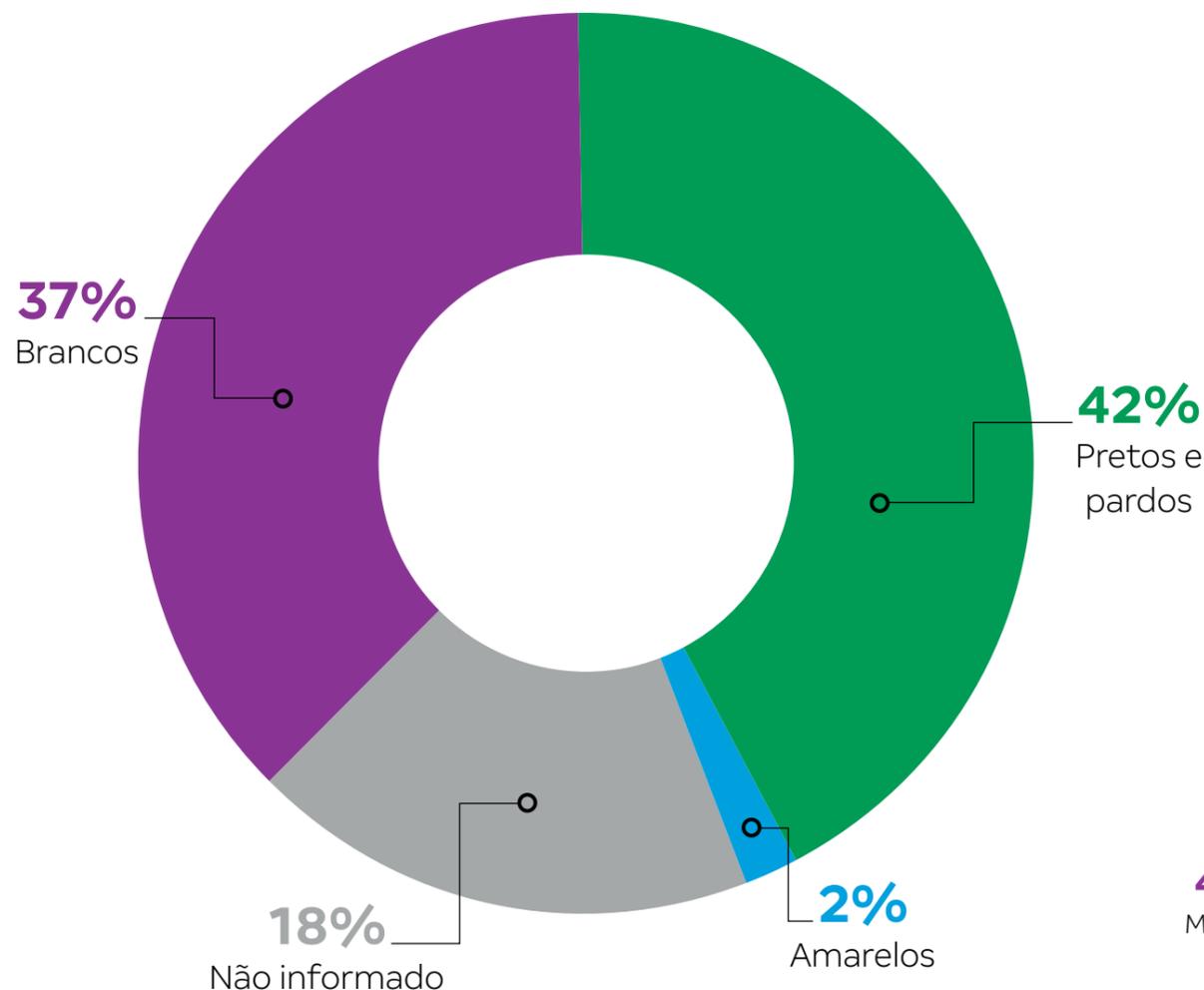


DIVERSIDADE DE GÊNERO NO COLETIVO*

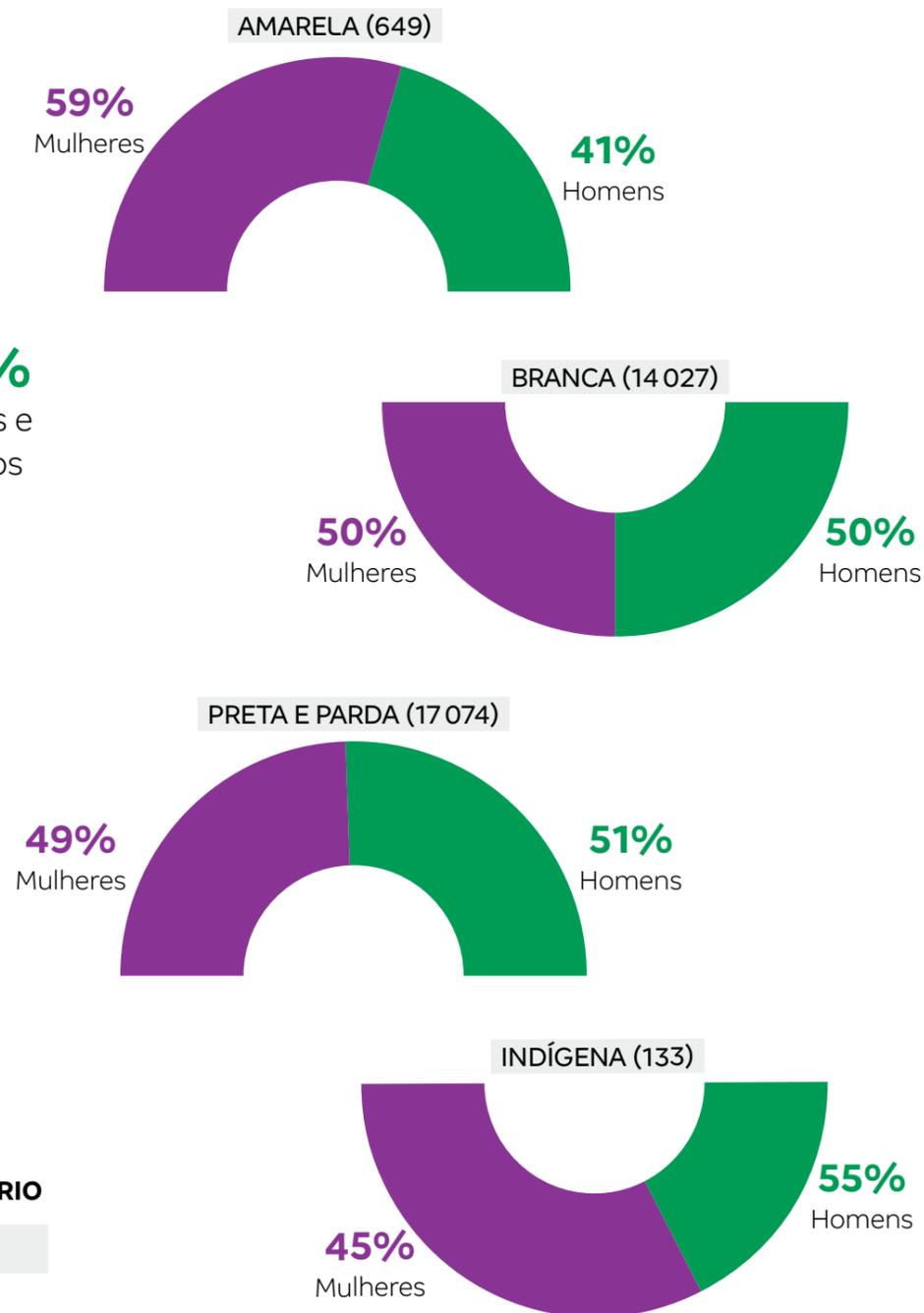


*Se considerados os intermitentes, são 42% homens e 58% mulheres

DIVERSIDADE RACIAL NO COLETIVO*



DIVERSIDADE RACIAL NO COLETIVO, DIVIDIDO POR GÊNERO*



Não respondeu: 5.795 (45% mulheres, 55% homens)
Total: 37.678 (49% mulheres, 51% homens)

DIVERSIDADE ETÁRIA POR NÍVEL HIERÁRQUICO

	PRESIDÊNCIA	DIREÇÃO	GERÊNCIA	COORDENAÇÃO	ADMINISTRATIVO	OPERACIONAL	APRENDIZ	ESTAGIÁRIO
Até 30 anos	0%	0%	15%	33%	49%	46%	100%	82%
Entre 30 e 50 anos	100%	84%	80%	64%	49%	49%	0%	17%
Acima de 50 anos	0%	16%	6%	3%	2%	6%	0%	1%

*OS DADOS CONSIDERAM APENAS MAGALU. EXCLUÍDOS O ECOSISTEMA E AS COLIGADAS

A diferença sempre soma

GRI 404-2



Diversidade e inclusão são cruciais para o futuro de qualquer negócio. Um ambiente de trabalho em que todas as pessoas se sintam respeitadas e valorizadas engaja os colaboradores, atrai novos talentos, aumenta a criatividade e a inovação nos negócios e melhora a reputação da marca. Tudo isso se traduz em uma empresa mais preparada para lidar com os desafios que surgem a todo momento. É por isso que garantir direitos e oportunidades iguais para todas as pessoas – independentemente de origem, raça, gênero, orientação sexual, idade e outras características – é uma questão estratégica cada vez mais importante para o Magalu.

A Companhia vem desenvolvendo programas em várias frentes para se tornar um lugar onde as pessoas se sintam seguras para ser elas mesmas, sem medo de sofrer discriminação ou preconceito. E todos os colaboradores são incentivados a criar um ambiente de trabalho inclusivo.

Ainda há muito a ser feito, mas existem indícios de que o caminho está correto. Uma pesquisa interna mostrou que mais de 90% dos profissionais consideram a empresa não só diversa como também inclusiva.

Na Arena Magalu, o grupo de afinidade Quilombo une colaboradores para debater ações contra o racismo

#descriçãodaimagem: Jovem funcionária, vestida com camiseta amarela estampada com a frase Quilombo Magalu e usando crachá no pescoço, está sentada em um sofá azul, digitando no celular. No ambiente de escritório, aparece, ao fundo, um letreiro o com a palavra "Simplifica"

Pesquisa revela que 90% dos funcionários consideram a empresa diversa

Em 2022, o Magalu realizou treinamentos regionalizados em diversidade e inclusão – que aborda assuntos como microagressões e vieses inconscientes – para cerca de 3.500 pessoas, entre líderes e colaboradores de lojas, centros de distribuição, escritórios, consórcio e unidades parceiras.

OPORTUNIDADES PARA MULHERES

Com nome de mulher – em homenagem à fundadora, Luiza Trajano Donato –, o Magalu desenvolveu programas para promover a inclusão feminina no mercado de trabalho. Uma das iniciativas é o Luiza Code, um programa de aceleração de carreira de mulheres na tecnologia. Em 2022, em sua quinta edição, o Luiza Code ofereceu 100 bolsas de estudo em Python, linguagem de

programação utilizada em desenvolvimento web e de aplicativos. Parte das vagas é destinada ao público interno do Magalu, com 50% das bolsas para mulheres negras. Ao todo, 572 alunas se formaram desde a primeira edição. As participantes do Luiza Code que tiverem interesse podem participar de processos seletivos para se tornarem desenvolvedoras no Magalu.

Há outras iniciativas que incentivam as mulheres a seguir carreira na empresa. Todos os colaboradores que quiserem se tornar gerente de loja, por exemplo, passam por um treinamento de seis meses em outras unidades da rede em todo o Brasil. As mulheres, porém, podem optar por cidades mais próximas, o que facilita, por exemplo, a adaptação da rotina daquelas

que são mães. Entre as 214 pessoas que participaram do treinamento em 2022, 43,5% são mulheres e 56,5%, homens.

EXCLUSIVO PARA PESSOAS NEGRAS

No final de 2020, o Magalu lançou um inédito programa de trainees exclusivamente para pessoas negras. Foram mais de 22 000 candidatos de todo o país, e os 19 aprovados passaram o ano de 2021 conhecendo diversas áreas da Companhia. Em 2021, o Magalu repetiu o processo que atraiu cerca de 17.000 pessoas e aprovou 11 novos trainees.

O foco do Programa Trainee é proporcionar uma visão sistêmica e estratégica do varejo com o objetivo de acelerar a carreira para formação de futuros líderes. Fluência em língua inglesa

AÇÕES INCLUSIVAS

+ TREINAMENTOS EM DIVERSIDADE E INCLUSÃO EM 2022

3.500 colaboradores

+ LUIZA CODE

Programa de aceleração da carreira de mulheres em tecnologia

36.000 inscritas

572 alunas formadas

+ DIV

Formação em tecnologia exclusivo para pessoas com deficiência

2.000 inscritos, com contratação de 51 pessoas

+ BOLSAS DE ESTUDO PARA MULHERES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA

Desenvolvido pela ComSchool, o programa de qualificação também

inclui a abordagem de questões de empoderamento feminino

10.000 bolsas de estudo

13 horas de aula

+ PROGRAMA 50+

A iniciativa tem como objetivo é aumentar a representatividade de pessoas com idade acima de

50 anos nos quadros da companhia

7 contratados em 2022

+ TRAINEE EXCLUSIVO PARA PESSOAS NEGRAS

Busca ampliar a diversidade racial em cargos de liderança

10 trainees formados



Programa de tecnologia para funcionários com deficiência teve 2.000 inscritos

e a experiência profissional anterior não fazem parte dos requisitos para contratação. A idade e a instituição de ensino dos candidatos também não são critérios considerados pelos recrutadores.

INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O Magalu conta com um programa para a inclusão de pessoas com deficiência. O objetivo do programa, que abrange todo o grupo, é fornecer os recursos de acessibilidade necessários para os colaboradores em termos arquitetônicos ou de ferramentas. Em 2022, a empresa reforçou a acessibilidade nos meios de comunicação usando o hashtag #pracegover (descrição detalhada da imagem utilizada em publicações nas redes sociais), intérprete de libras e legendas nas comunicações.

Outra iniciativa é o Div, um programa de formação em tecnologia exclusivo para pessoas com deficiência, nas áreas de desenvolvimento de software, produto ou design. Totalmente gratuito, o programa não exige conhecimento prévio de tecnologia. Em 2022, o processo seletivo atraiu 2.000 candidatos e resultou na contratação de 51 pessoas. Os profissionais selecionados cumprem toda a etapa especializada já como membros do time do Luizalabs, a área de tecnologia do Magalu, onde recebem mentorias e treinamentos online.

PROGRAMA 50+

O etarismo é o preconceito contra uma pessoa por causa da idade, geralmente associada à velhice. Esse tipo de

discriminação pode assumir muitas formas, como a exclusão de pessoas mais velhas de oportunidades de emprego e promoções. Em 2022, o Luiza Resolve – serviço de atendimento ao cliente do Magalu – deu continuidade ao Programa 50+, que busca combater o etarismo e aumentar a representatividade de pessoas com idade acima de 50 anos na Companhia, o que agrega diversidade e experiência. Desde a seleção até o treinamento, ainda em andamento, o Magalu adotou todos os cuidados para que essas pessoas se sintam realmente acolhidas. No ano, foram contratados sete colaboradores que passaram pelo programa.

GRUPOS DE AFINIDADE

Criados pelo Magalu em 2020, os grupos de afinidade, além de ajudar a promover a diversidade e a inclusão, fornecem um espaço de escuta, pertencimento e apoio a seus integrantes. Atualmente, são quatro grupos: o Vozes, que discute questões de gênero; o Para Todos, que foca em pessoas com deficiência; o Quilombo, que trata de temas relacionados à raça; e o Diversifica, que concentra assuntos da comunidade LGBTQIA+.

Cada grupo mantém a própria agenda. O Diversifica, por exemplo, articulou com a equipe de Diversidade e Inclusão a entrada do Magalu no Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, que orienta sobre práticas



Em 2022, os vídeos do Atualiza foram vistos 31.800 vezes

comprometidas com igualdade, respeito, sensibilização e desenvolvimento profissional para a comunidade LGBTQIA+. O Diversifica também colaborou na divulgação de um treinamento sobre diversidade do qual participaram mais de 300 colaboradores.

O Quilombo atuou, ao lado do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), ONG voltada para a promoção da igualdade racial, no treinamento “Reconhecer-se: qual o seu papel na luta racial?”, para conscientização sobre a importância da luta antirracista. Além disso, o Quilombo organiza eventos, como a exibição do filme *Medida Provisória* e uma live com o diretor Lázaro Ramos para discutir o tema abordado na obra.

Filhos no Currículo foi o tema da campanha liderada pelo grupo Voz, que

buscou valorizar as habilidades que as mulheres adquirem quando se tornam mães. Os integrantes também promoveram, entre os colaboradores, o treinamento StandUp, uma campanha global de combate ao assédio sexual nas ruas.

Em parceria com a equipe de Diversidade e Inclusão, o grupo Para Todos desenvolveu um vídeo educativo que mostra a importância da audiodescrição como ferramenta para promover acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência.

ATUALIZA E DIVERSITALKS

Um dos desafios da área de Diversidade e Inclusão do Magalu é envolver todos os colaboradores levando em conta as diferenças regionais, de unidades de negócio, de cargos, de idade e outros aspectos.

Para isso, a Companhia busca se comunicar com todos os públicos de forma simples e objetiva. Uma das iniciativas é a Atualiza, uma série de vídeos de dois minutos que atualiza os profissionais sobre temas de diversidade. O conteúdo aborda questões ligadas a vieses inconscientes, machismo e microagressões. Em 2022, esses vídeos foram vistos cerca de 31.800 vezes pelos colaboradores.

Para incentivar ainda mais conversas e interações sobre diversidade foi criado o Diversitalks, uma série de palestras e bate-papos com convidados externos, que servem de fonte de informação e inspiração. Em 2022, a iniciativa trouxe nomes como o ator e diretor Lázaro Ramos, a psicóloga Cida Bento e a ativista dos direitos LGBTQIA+ Maitê Schneider para conversas sobre raça e gênero.

Desde 2020, o Magalu mantém quatro grupos de afinidade, que oferecem escuta e apoio a seus integrantes

#descriçãodaimagem: Quatro imagens coloridas mostram as marcas e os participantes do Diversifica, Para Todos, Quilombo Magalu e Vozes



Gente que faz

GRI 3-3 | 404-1 | 404-2

Um dos valores primordiais do Magalu é “gente que gosta de gente”. Ele expressa a importância que a empresa dá às relações humanas, à empatia e ao respeito ao próximo. Essa crença serve de direção nas decisões da companhia referentes à gestão de pessoas, no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores.

No Magalu, é comum ter funcionários que fazem carreira e trabalham na empresa por muitos anos. Para que isso ocorra, é fundamental que eles queiram aprender e se desenvolver continuamente, por meio de uma série de programas relacionados a temas técnicos e às chamadas soft skills, habilidades que envolvem aspectos como relacionamento, capacidade de trabalhar em equipe e criatividade. Os colaboradores têm acesso a mais de 850 cursos oferecidos nas plataformas de educação corporativa e em lives sobre assuntos diversos, que vão de sistemas operacionais de computador até comunicação e integridade organizacional.

Em 2022, em média, os colaboradores homens do Magalu* passaram por 12 horas e 46 minutos de treinamento. Entre as mulheres, a média foi de 14 horas e 41 minutos.



Preparação da equipe de vendedores, para a Black Friday, em uma das lojas na capital paulista

#descriçãodaimagem: De costas um homem fala diante de uma plateia de pessoas sentadas em semi-círculo. Todos usam colete preto do Magalu especial para o evento

CULTURA E TREINAMENTO

Para o Magalu – assim como para todas as organizações – é fundamental ter funcionários alinhados com sua cultura e valores. Isso não impede o estímulo ao protagonismo e o autodesenvolvimento de cada um de seus mais de 37 000 funcionários. Embora haja trilhas de carreiras específicas, nada impede que o próprio colaborador construa sua carreira dentro da companhia, encontre e crie novos caminhos.

Os profissionais do Ecosystema Magalu podem participar do programa de bolsa de estudos, que reembolsa até 50% dos gastos com educação para desenvolvimento do colaborador (com limite de até 500 reais mensais).

O Luizalabs, laboratório de inovação e desenvolvimento da empresa, tem uma política de licença não remunerada para períodos sabáticos para aqueles que estão em seus quadros há mais de três anos. Os interessados podem solicitar de três a seis meses de licença, que pode ser concedida uma vez a cada cinco anos.

O Magalu oferece programas específicos de desenvolvimento. Saiba alguns deles:

- **GERENTES EM TREINAMENTO** – Conta com uma trilha de conteúdos desenvolvida para impulsionar os colaboradores a alcançarem seu potencial, com prioridade para lideranças desenvolvidas internamente. Em 2022, o programa capacitou 214 novos gerentes. As funcionárias que são mães e fazem parte deste projeto recebem o benefício cheque-mãe (explicado mais adiante) em dobro.

- **ACADEMIA DO NOVO VAREJO, LIDERANÇA TRANSFORMADORA** – Prepara gerentes para as transformações do setor. O curso é inspirado em um MBA e oferece conteúdos



CLIQUE AQUI E VEJA A HISTÓRIA DO RODRIGO DE OLIVEIRA, GERENTE REGIONAL DO MAGALU EM SÃO PAULO

atuais para líderes. O objetivo é aprimorar o trabalho de gerentes, de forma estratégica e tática, tanto com os times de loja quanto para seus próximos passos de carreira na empresa.

- **CONECTA** – Utiliza os grupos do Workplace Magalu para levar conteúdos relacionados sobretudo a *soft skills*, tecnologia e agilidade organizacional. São oferecidos em diversos formatos, como podcasts, artigos, cursos, vídeos de curta duração, filmes, livros, lives e workshops sobre desenvolvimento.

- **PROGRAMA JOVEM APRENDIZ** – A companhia emprega mais de 800 aprendizes, em todas as unidades de negócio. A empresa incentiva a contratação de jovens em situação de vulnerabilidade, vindos de parcerias com iniciativas como Trampo Justo (jovens

de abrigos), Primeira Chance (jovens oriundos de escolas públicas) e Abrigo Santa Fé (jovens mães), entre outras.

Em 2022, começou o projeto-piloto Aliado Magalu, que oferece mentoria interna para os jovens aprendizes. Ao todo, 30 integrantes do programa participaram de seis sessões sobre temas como escolha da carreira, elaboração de currículo e plano de ação profissional.

- **PROGRAMA DE ESTÁGIO CORPORATIVO** – Durante 2022, o Magalu realizou sete encontros de desenvolvimento com estagiários, durante os quais foram abordados temas como cultura, postura e ética profissional, habilidades do futuro, carreira, gestão do tempo, falar em público, saúde mental, comunicação não violenta (CNV), mindset digital e Ecosystema Magalu.

Mais de 850 cursos são oferecidos aos colaboradores da companhia

- **PROJETO CRÊ SER. LOGÍSTICA** – Com duração de seis meses, é destinado ao time de manutenção predial, para desenvolver novos conhecimentos, práticos e teóricos.

- **PARÇAS RESOLVE** – O Clube dos Parças é formado por colaboradores de alta performance do Luiza Resolve. Os profissionais vivenciam experiências que os capacitam para oportunidades de carreira e exercitam atitudes importantes para seu aprimoramento, como autoconhecimento, comunicação, empatia e proatividade.

BENEFÍCIOS

A companhia oferece um pacote atraente de benefícios. Todos os colaboradores com contrato por tempo indeterminado têm acesso a três opções de plano de saúde, além

de plano odontológico, vale-alimentação ou refeição, vale-transporte, previdência privada com contribuição adicional da empresa, linhas de crédito especiais, consórcio com condições diferenciadas e academia. Funcionários com deficiência têm benefícios extras: isenção da mensalidade do plano de saúde do titular, possibilidade de solicitar bolsas de estudo seis meses após a admissão e subsídio no Gympass.

Alguns benefícios são exclusivos para funcionários com filhos. Colaboradoras grávidas têm acompanhamento personalizado, cursos online no Portal Luiza e desconto de 25% nas compras de itens para bebês vendidos pelo Magalu. Além disso, a empresa concede seis meses de licença-maternidade e 20 dias de licença-paternidade. No retorno às atividades, a colaboradora passa a ter direito ao cheque-mãe: uma ajuda de custo na educação e cuidado de 400 reais para crianças até 11 anos. Também têm direito ao benefício funcionários em união homoafetiva com filhos, viúvos e pais de crianças com deficiência.

MÉRITO E RECONHECIMENTO

A relação entre o Magalu e seus funcionários é baseada no mérito. A empresa tem várias formas de reconhecer e incentivar os colaboradores. São campanhas internas — Funcionário Destaque Mensal, Prêmio Profissional do Ano, Campanha de Incentivo Anual Baseada no Modelo de Gestão e Prêmio Luiza Helena. Os três últimos são entregues na Convenção Anual de Lideranças para os colaboradores que se destacaram no atendimento, na excelência em vendas e na superação de metas.

Há cinco anos, o Magalu está na lista das cinco melhores empresas para trabalhar no país

A companhia busca reconhecer méritos e, ao mesmo tempo, tem sido reconhecida pelo mercado por suas iniciativas em gestão de pessoas. Há cinco anos consecutivos, o Magalu aparece entre as cinco melhores para mais de 4 000 organizações brasileiras e multinacionais de todos os setores da economia.

Além disso, pelo terceiro ano consecutivo, o Magalu foi apontado como a melhor empresa do varejo para trabalhar no Brasil. Em 2022, ficou em segundo lugar entre as empresas com mais de 10 000 colaboradores. O Consórcio Magalu, administradora de consórcios do grupo, ficou em 6º lugar na categoria de empresas médias nacionais, com até 999 funcionários. Foi mais um prêmio que reconheceu as políticas de gestão e a força da cultura Magalu.

FORMAÇÃO EM TODAS AS FRENTES

- + ACADEMIA DO NOVO VAREJO, LIDERANÇA TRANSFORMADORA**
Prepara gerentes para as transformações do setor. Em 2022, foram 182 formados
- + PROJETO CARREIRA EM SUAS MÃOS**
Desenvolve profissionais para que se tornem gerentes
- + PROGRAMA DE GERENTE EM TREINAMENTO**
Desenvolve vendedores de alto desempenho e profissionais em outros cargos para a posição de gerente de loja
- + TREINAMENTO DE PRODUTOS**
Proporciona aos colaboradores maior conhecimento sobre os produtos e as categorias vendidos pelo Magalu
- + PRIMEIRA LIDERANÇA: INTEGRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E TREINAMENTO**
Prepara gestores recém-promovidos para a função
- + DECOLA**
Desenvolvimento de liderança na área de logística
- + FORMAÇÃO DE GESTÃO AVANÇADA DO AMANA KEY**
Programa consolidado para lideranças que ensina gestores a se reposicionar diante dos desafios e das mudanças no setor
- + LÍDER EM AÇÃO**
Desenvolvimento dos supervisores do Luiza Resolve, a área de atendimento ao cliente da companhia
- + NOVAS LOJAS**
Capacitação de funcionários das novas lojas do Magalu, entre eles vendedores, equipe de apoio, lideranças e montadores



Centro de distribuição da Netshoes em Extrema (MG): monitoramento dos fornecedores de vestuário

#descriçãodaimagem: Uma mulher e um homem trabalham na personalização de camisas de futebol

Direitos humanos do princípio ao fim

GRI 2-6 | 3-3 | 408-1 | 409-1 | 410-1 | 414-2

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 1948, é um marco histórico. Documento mais traduzido do mundo, disponível em 500 idiomas, o texto serviu de base para as cartas magnas de muitos países, incluindo a Constituição do Brasil, de 1988. Deveria soar como óbvio uma empresa afirmar que respeita os direitos humanos básicos e universais, proclamados há 75 anos. Basta ver o noticiário recheado de casos de racismo, de homofobia, de assédio moral e sexual, de violência contra a mulher, de trabalho análogo à escravidão e de outras violações dos direitos humanos.

O Magalu trabalha para que sejam, de fato, respeitados todos os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, os direitos e as garantias fundamentais previstos no art. 5º da Constituição brasileira

e as recomendações da Carta da Terra, divulgada durante a ECO-92, no Rio de Janeiro. A Política de Direitos Humanos da empresa, aprovada em junho de 2021, estabelece diretrizes com base nesses e em outros documentos que contêm princípios para promover uma sociedade em que todas as pessoas sejam responsáveis por ações de paz, respeito e igualdade.

Um dos valores primordiais enfatizados na Política de Direitos Humanos do Magalu é o “Gente que Gosta de Gente”. A Companhia acredita que fazer o bem, agir com honestidade e trabalhar para erradicar as injustiças sociais é parte de sua missão. Por isso, busca promover o bem-estar e os direitos de seus colaboradores sem qualquer discriminação, zelando por uma remuneração justa, por condições de trabalho apropriadas, por um ambiente seguro, pela liberdade de associação e pela ausência de qualquer atividade que envolva mão de obra infantil

Ao todo, 3.130 fornecedores passaram por avaliações de riscos sociais em 2022

ou análoga à escravidão. Atua também para combater a violência contra a mulher e apoia ações de empoderamento feminino.

OS ELOS DA CORRENTE

Mas o Magalu entende que não basta zelar pelos direitos humanos da porta para dentro – a Companhia exige o mesmo compromisso em toda a sua cadeia de valor. Sempre que um fornecedor ou parceiro faz negócio com o Magalu, é exigido que assine um documento assumindo a responsabilidade de respeitar os direitos humanos e preservar o meio ambiente. O Magalu, além disso, adota medidas preventivas para reduzir os riscos de se associar a empresas que não estejam alinhadas com seus princípios e valores.

Ao longo de 2022, houve uma colaboração intensa entre o Ecosystema Magalu e mais de 3.808 fornecedores diretos*. Nesse período, foram gastos cerca de 34 bilhões de reais em contratos com fornecedores de diversas áreas, como revenda de produtos, tecnologia e ferramentas digitais, marketing e prestação de diferentes serviços.

Desde 2020, o Magalu põe em prática um projeto para incentivar os fornecedores de segmentos de negócios considerados críticos a aderir à Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), uma das principais plataformas mundiais de gestão da cadeia de fornecedores. Reunindo dados de 74.000 empresas de 170 países, a Sedex oferece informações para a gestão de riscos nas cadeias de suprimentos. Atualmente, quatro segmentos são monitorados pelo Magalu nessa plataforma: moveleiro, vestuário (moda, acessórios e calçados), transporte/logística e fornecedores estrangeiros.

A indústria moveleira foi a primeira a participar do programa, em 2020, quando 80% do volume de compras, tanto do comércio eletrônico quanto das lojas físicas, passou a ser monitorado na plataforma. Em 2022, houve um aumento no controle das compras internacionais de produtos como vestuário, pneus e eletroportáteis, que já passavam por auditorias socioambientais periódicas. Agora essas compras estão sujeitas a um monitoramento mais rigoroso, com acompanhamento da implementação de planos de ação. Também em 2022, o programa foi expandido para abranger fornecedores corporativos da cadeia de logística e transporte e empresas fornecedoras de mão de obra, incluindo serviços de segurança e limpeza.

No setor de vestuário, calçados e acessórios, também considerado de alto risco, o Magalu se tornou associado da

ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), substituindo a Netshoes, que era membro desde 2016. As marcas próprias da Companhia, como Vista Magalu, Shoestock e Gonew, foram incluídas no programa da ABVTEX, que monitora todos os fornecedores e subcontratados em termos de segurança no trabalho, conformidade legal, ambiental e social, com auditorias anuais realizadas por empresas independentes. Essa certificação é necessária para manter o fornecimento ao Magalu. Os fornecedores de vestuário, calçados e acessórios para revenda (1P) também são incentivados a aderir à plataforma Sedex.

ANÁLISE DE INTEGRIDADE

Antes de firmar um contrato com o Magalu, os fornecedores que se enquadram em critérios específicos, como natureza do produto ou serviço, valor e prazo de contratação, passam por uma análise de integridade. Esse processo inclui a avaliação do potencial risco socioambiental que o fornecedor representa para a Companhia.

Em 2022, 3.130 fornecedores do Magalu foram submetidos a avaliações de riscos sociais. Dez deles foram identificados como causadores de impactos sociais negativos. Com base nesses resultados, foram estabelecidos acordos com 60% dos fornecedores que tiveram impactos sociais significativos reais e potenciais, exigindo-se que adotem melhorias. A Política de Direitos Humanos do Magalu estabelece que, sempre que ocorrerem violações a direitos humanos, o fornecedor ou o parceiro deverá ser notificado, exigindo-se ações corretivas. Caso contrário, o Magalu pode descontinuar o relacionamento comercial.

Além disso, a empresa determina que 100% do pessoal de segurança – que é terceirizado – seja treinado pela equipe

COMO É A CADEIA DE FORNECEDORES DO MAGALU

3.800

fornecedores diretos na cadeia do Magalu em 2022

100%

do pessoal terceirizado de segurança é treinado em direitos humanos

34 bilhões

de reais gastos com fornecedores

interna do Magalu em ética e direitos humanos. Esse treinamento ocorre semestralmente e abrange todos os colaboradores terceirizados que prestam serviço nas lojas e nos escritórios. Em 2022, as empresas que fornecem serviços de segurança com mão de obra terceirizada passaram a responder um questionário de risco trabalhista e socioambiental. As informações são analisadas para adoção de medidas que reduzam eventuais riscos.

*DESSE UNIVERSO DE PARCEIROS, 1.558 SÃO FORNECEDORES DE REVENDA DO MAGALU, NETSHOES, ÉPOCA COSMÉTICOS E KABUMI!. O RESTANTE ABRANGE FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TODAS AS EMPRESAS DO GRUPO, EXCETO MAGALU.

5

Gestão ambiental na prática

Mudanças Climáticas

Uso de Recursos Naturais

Embalagens, Resíduos e Consumo de Produtos Sustentáveis





Missão: reduzir as emissões

GRI 3-3 | 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Desde 2017, o Magalu elabora o inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) de acordo com a metodologia do GHG Protocol, um padrão internacionalmente reconhecido para gerenciar e reportar, de forma consistente e confiável, as emissões desses gases. Três anos depois de iniciar o processo, a Companhia aderiu ao Programa Brasileiro GHG Protocol, do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGVces). O objetivo era dar transparência e rastreabilidade a seus dados de emissões. Em 2022, pelo terceiro ano consecutivo, a empresa fez a verificação de seu inventário com o auxílio da consultoria KPMG. O processo envolve cerca de 150 colaboradores, em um projeto que monitora trimestralmente as emissões por meio de um software especializado. Com bases nesses diagnósticos, as frentes de trabalho para redução de emissões são calibradas.

Todas as unidades da Companhia, inclusive os centros de distribuição, são abastecidas por energia limpa

#descriçãodaimagem: Homem de camiseta escura e máscara sobe escadaria em um galpão gigantesco com diversas gôndolas de produtos





[▶](#) CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS SOBRE O USO DE CAMINHÕES ELÉTRICOS

O desafio é buscar alternativas para o uso de combustíveis fósseis nas entregas do Ecosystema Magalu

Este é o terceiro ano em que o Magalu apresenta seu inventário de emissões completo, incluindo as coligadas do Ecosystema, de acordo com o Programa Brasileiro GHG Protocol. O levantamento de 2022 registrou redução de 0,94% nas emissões diretas, ou emissões de Escopo 1, em comparação com o ano anterior. Esse escopo inclui as emissões fugitivas (ou não intencionais) de aparelhos de ar condicionado e extintores de CO₂, emissões da frota própria de veículos (aérea, caminhões, comerciais leves e carros) e de geradores de energia – utilizados quando há suspensão da rede elétrica. A redução das emissões nesse escopo se deu graças à iniciativa de retrofit dos equipamentos de ar condicionado, com gases refrigerantes com menor potencial de aquecimento global (GWP, da sigla em inglês).

ENERGIA ELÉTRICA

Nas emissões relacionadas à compra de energia elétrica (Escopo 2), vale esclarecer que, conforme as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol, o relato pode ser feito por meio de duas abordagens. A primeira, de localização, quantifica as emissões de GEE com base na média das emissões de geração de eletricidade do Sistema Interligado Nacional (SIN). A outra metodologia, de escolha de compra, quantifica as emissões de GEE de acordo com a fonte de geração de eletricidade que a empresa adquiriu.

Na abordagem de localização, houve redução de 62,6% em relação a 2021 devido à queda de 66% no fator de emissão do SIN, decorrente do aumento das chuvas em 2022. Durante o ano, o consumo de energia foi de

RECONHECIMENTO POR BOAS PRÁTICAS

O Magalu conquistou importantes avanços na área de Sustentabilidade:

- + Está entre as empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, pelo segundo ano consecutivo.
- + Melhorou o desempenho no índice CDP, de C para B, principal iniciativa do setor financeiro para gestão das mudanças climáticas pelas empresas.
- + Obteve, pelo terceiro ano consecutivo, o selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.
- + Faz parte, pelo terceiro ano consecutivo, do Índice de Carbono Eficiente (ICO₂), que indica o compromisso com uma economia de baixo carbono.

PEGADA DE CARBONO

EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA PELO MAGALU
NOS ÚLTIMOS QUATRO ANOS - EM TONELADA

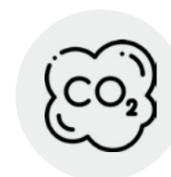
EMISSIONES (EM tCO₂e)

ESCOPO/CATEGORIA	2019 tCO ₂ e	2020 ¹ tCO ₂ e	2021 tCO ₂ e	2022 tCO ₂ e
Combustão estacionária	51,65	178,29	158,93	144,72
Combustão móvel	3.178,33	3.297,20	2.467,55	2.770,62
Emissões fugitivas (ar condicionado + extintores)	2.001,48	6.109,34	7.216,92	6.835,25
Escopo 1	5.231,46	9.584,83	9.843,40	9.750,59
Escopo 1 - Emissões biogênicas	803,24	530,43	1.205,18	902,71
Escopo 2 - Aquisição de energia elétrica (localização)	7.241,72	5.065,24	15.100,92	5.650,12
Escopo 2 - Aquisição de energia elétrica (escolha de compra)	6.840,23	3.784,49	10.029,78	0,00
Deslocamento de funcionários	5.463,16	6.181,09	7.375,51	8.041,96
Atividades relacionadas com combustível e energia não incluídas nos Escopos 1 e 2	–	–	58,74	56,29
Bens e serviços comprados (papel, plástico e GLP)	1.994,22	2.121,36	7.887,15	6.366,53
Resíduos sólidos gerados	498,16	7.905,31	31.629,54	7.099,90
Transporte e distribuição (downstream) ²	–	–	2.773,39	1.879,56
Transporte e distribuição (upstream) ²	27.179,91	57.914,16	203.051,22	163.820,76
Viagens a negócios	1.119,07	693,27	770,31	757,68
Escopo 3	36.254,52	74.815,18	253.545,86	188.022,68
Escopo 3 - emissões biogênicas	8.649,69	10.621,29	25.324,51	19.399,04

Os dados foram consolidados a partir do controle operacional, utilizando como referência os fatores de emissão do Programa Brasileiro GHG Protocol, IPCC, MCTI. Para o potencial de aquecimento global, seguiu-se a Conferência do Clima da UNFCCC, portanto, AR5. Para o cálculo, foi utilizada a Ferramenta Climas, da WayCarbon.

¹A partir de 2020, estão contabilizadas as emissões de todo o Ecossistema, incluindo Magalu e as empresas adquiridas.

²A partir de 2021, o transporte de produtos realizado por transportadoras terceirizadas foi transferido de downstream para upstream. Nos anos anteriores, as emissões da mesma amostra de transportadores era considerada downstream. Por isso, as emissões retroativas também mudaram de categoria.



**INTENSIDADE DAS
EMISSIONES DE GEE:
5,302 tCO₂e/
milhões de
reais**

A intensidade de emissões considera o total emitido nos Escopos 1, 2 e 3, sobre a receita operacional líquida

132.291 MWh, um aumento de 11% em relação a 2021. Na metodologia de escolha de compra, as emissões foram zeradas, graças aos esforços de geração e aquisição de energia renovável (*mais detalhes na página 63*).

O Escopo 3 abrange as emissões indiretas advindas de atividades da cadeia produtiva, que não são diretamente controladas ou executadas pelo Magalu. Esse escopo representa 92% das emissões de GEE da Companhia e inclui as emissões de transporte de produtos, do deslocamento entre a casa e o trabalho dos colaboradores, das viagens a negócios, dos resíduos gerados nas operações e dos bens e serviços comprados.

A elaboração do inventário de emissões envolve 150 profissionais

No caso do Escopo 3, houve redução de 26% das emissões, resultado da implementação de medidas operacionais que aumentaram a eficiência do setor de logística. Além disso, houve redução das emissões referentes à geração de resíduos na operação, justificada pelo aprimoramento da rastreabilidade do dado e por alterações de metodologia, principalmente no que tange às emissões de tratamento de esgoto.

Em 2022, a metodologia do inventário de emissões na categoria de transporte e distribuição foi aprimorada, o que implicou a redução de emissões nesse escopo. Mas ainda há oportunidades de melhoria. O Magalu conta com um grande número de fornecedores logísticos – grandes e pequenas empresas –, o que traz complexidade para o processo e faz com que a busca por melhorias seja constante.



As emissões do Escopo 2 foram zeradas graças à geração e à aquisição de energia renovável

DESAFIOS LOGÍSTICOS

Atualmente, a categoria que concentra a maior fatia das emissões é a de transporte e distribuição upstream, em função da relevância do setor de logística da empresa. O grande desafio é buscar alternativas para o uso de combustíveis fósseis nas entregas do Ecosistema Magalu, que utiliza o modal rodoviário.

Os projetos de redução estão focados na distribuição dos produtos com mais eficiência, para que os trajetos de entrega final (chamadas “last mile”) sejam mais curtos e feitos por modais menos intensivos em emissões. Em 2022, para otimizar os percursos de distribuição de produtos, o Magalu reduziu a frequência das rotas de abastecimento de lojas. Além disso, após estudo, dezenas de lojas passaram a ser abastecidas por centros de distribuição mais próximos. Com isso, os veículos de transporte deixaram de percorrer 1,9 milhão de quilômetros, o que evitou a emissão de 1.400 toneladas de CO₂ equivalente.

Além disso, a operação de entrega de “ship from store” (SFS), na qual o produto é despachado do estoque da loja mais próxima do cliente, foi aprimorada. Ao habilitar endereços estratégicos nessa operação, houve o aumento do volume de entregas rápidas, com rotas mais inteligentes.

ELETRIFICAÇÃO DE CAMINHÕES

Durante 2022, o Magalu conseguiu medir os resultados de seu projeto de eletrificação de caminhões, iniciado no ano anterior. Em parceria com transportadores terceirizados, foram incluídos na malha logística 41 caminhões elétricos. Com isso, evitou-se a emissão de cerca de 1 000 toneladas de CO₂.

Essa substituição foi possível graças ao incentivo financeiro destinado às empresas de transporte contratadas. Em uma construção coletiva, o Magalu intermediou a negociação com o banco financiador, que garantiu taxas de juros atrativas para a compra. A Companhia também garantiu um mínimo de tempo de contrato com os fornecedores que aceitaram

Ship from store:
os produtos saem da loja mais próxima do cliente, o que reduz as distâncias e as emissões de CO₂

#descriçãodaimagem:
Um funcionário de uniforme caminha entre as prateleiras repletas de produtos estocados



realizar a aquisição do caminhão elétrico, além de assumir todos os riscos financeiros da operação, iniciada como um piloto.

O Magalu entende que eletrificar a frota terceirizada em larga escala é uma tarefa complexa, que exige conhecer as limitações e as oportunidades dessa nova tecnologia. Ainda existem questões complexas, sem respostas definitivas, relacionadas à autonomia dos caminhões, à adequação das rotas de entrega e à escassez de infraestrutura de recarga elétrica instalada no país. Mas os primeiros passos foram dados. Afinal, pouca gente duvida que a eletrificação é um dos caminhos mais curtos e mais rápidos para a descarbonização.

PRÓXIMOS PASSOS

O Magalu aprimora, a cada ano, a coleta de dados para realização de seu inventário de emissões. No que diz respeito ao Escopo 3, por exemplo, que abrange sua complexa malha logística, parte do cálculo ainda está baseado em estimativas.

Em paralelo, no entanto, a essa melhoria de processos que permitirá ter ainda mais convicção dos dados, a Companhia está trabalhando num plano estratégico de descarbonização. Isso porque, a despeito do que foi conquistado até o momento, a agenda de clima pede urgência, e a empresa está ciente de que precisa avançar de forma mais célere.

RISCOS CLIMÁTICOS NO RADAR

Em 2021, o Magalu começou a incorporar em sua gestão uma agenda de Riscos Climáticos, de acordo com as recomendações da Força Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD). Dessa forma, o Magalu passa a monitorar os riscos que as alterações climáticas representam para suas operações, além de se preparar para responder a esses desafios, mapear e aproveitar eventuais oportunidades de negócios que possam surgir desse novo cenário.

O TCFD recomenda que as companhias divulguem suas ações relacionadas ao clima em quatro frentes: governança, estratégia, gestão de riscos e métricas e objetivos. Essa divisão permite que negócios dos mais variados setores usem as diretrizes e comparem seus desempenhos.

GOVERNANÇA

A cada trimestre, os planos de ação relacionados ao tema e o cumprimento das metas, que estão no painel dos diretores executivos, são avaliados pelo Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional do Conselho de Administração. As metas são monitoradas por indicadores internos e acompanhadas mensalmente pelos comitês temáticos para apuração e bonificação financeira dos times envolvidos. Graças a um trabalho mais aprofundado sobre o impacto dos riscos e oportunidades climáticas, o tema vem sendo cada vez mais debatido pelo Conselho de Administração do Magalu.

ESTRATÉGIA

Por meio de uma análise SWOT (sigla em inglês para a metodologia que avalia forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), realizada em 2021, a Companhia categorizou os riscos a que está exposta em função de eventos climáticos extremos. Danos causados por esses eventos nas unidades operacionais são continuamente monitorados, a fim de definir medidas preventivas.

GESTÃO DE RISCOS

Em 2021, foi desenvolvida uma matriz de riscos e oportunidades climáticas, que deixou claros os desafios a que a Companhia está exposta. Agora o Magalu trabalha no aprofundamento dessa matriz e na mensuração dos impactos financeiros dos riscos climáticos no negócio no curto, no médio e no longo prazo.

MÉTRICAS E OBJETIVOS

O Magalu publica seus inventários de emissões de GEE no GHG Protocol desde 2020 e divulga todos os dados referentes às ações climáticas no CDP. Em breve, o Plano ESG da Companhia será formalizado, com a publicação de metas que nortearão sua busca pela sustentabilidade. Nos últimos dois anos, foram desenvolvidos vários projetos piloto para reduzir o potencial de emissões das operações e a curva MAC* da Companhia será finalizada nos próximos anos. Atualmente, o Magalu avalia a viabilidade de submeter suas metas à SBTi (ou metas baseadas na ciência, em português), iniciativa que estabelece métodos e ferramentas para que as empresas definam objetivos de redução de emissões baseadas na ciência.

RISCOS FÍSICOS AGUDOS

O aumento da frequência e da intensidade das chuvas pode provocar inundações e alagamentos e, conseqüentemente, danos às instalações – lojas, centros de distribuição e escritórios, distribuídos por todo o país. Esses eventos têm impactos operacionais no atendimento ao cliente e financeiros, causados pelo aumento de custos na aquisição de novas apólices de seguro.

RISCOS FÍSICOS CRÔNICOS

Aumento do nível do mar, picos de calor e baixa umidade podem provocar problemas à saúde e ao bem-estar dos colaboradores. As equipes de Expansão e de Saúde e Segurança Ocupacional, responsáveis pela infraestrutura e pelas condições de saúde e bem estar dos colaboradores, monitoram esse cenário e atuam com ações corretivas.

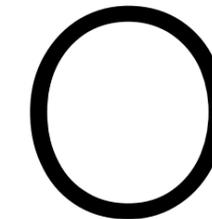
RISCO REPUTACIONAL E POLÍTICO

A equipe de Reputação e Sustentabilidade acompanha de perto a evolução do tema no país, sobretudo a perspectiva da regulamentação do mercado de carbono, que pode envolver metas setoriais e afetar diretamente a Companhia.

*A CURVA MAC IDENTIFICA QUAIS PROJETOS DE REDUÇÃO DE CARBONO SÃO MAIS CUSTO-EFETIVOS.

Corrente de energia limpa

GRI 3-3 | 302-1 | 302-2 | 302-3 | 302-4 | 303-1 | 303-5 | SASB CG-MR-130A.1



Magalu consumiu 132.291 MWh de energia elétrica, um aumento de 11% em relação ao ano anterior, mas alcançou a marca de 100% das unidades operacionais

-lojas, escritórios e centros de distribuição - abastecidas com algum tipo de energia limpa. Esse avanço ocorreu graças, sobretudo, a projetos de geração distribuída, cujos principais distribuidores são fazendas solares terceirizadas que atendem exclusivamente a Companhia. Ao todo, 15 usinas fotovoltaicas e uma pequena central hidrelétrica foram contratadas durante o ano.

Como nem todas as unidades do grupo podem participar dos projetos de geração distribuída, por se situarem em regiões não abastecidas por usinas solares, o Magalu compra, de forma complementar, inclusive para a energia renovável adquirida no Ambiente de Contratação Livre (ACL),

Usina de energia solar de Amambai (MS): fornecimento exclusivo para o Magalu

#descriçãodaimagem: Um gramado com 24 placas de energia solar aparece cercado por árvores, terras e casas numa zona rural remota, em um dia sem nuvens

Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-RECs) – uma espécie de garantia de que a eletricidade consumida é proveniente de uma fonte de energia limpa.

A meta do Magalu é ampliar os projetos de geração de energia renovável para todas as empresas do ecossistema.

MEDIÇÃO DIRETA DE ÁGUA

Em 2022, o Magalu aprimorou o método de medição do consumo de água nas unidades operacionais. O objetivo é garantir o uso consciente e racional do recurso, além de reportar dados mais fidedignos nos relatórios. Mensalmente, essas unidades operacionais devem enviar os dados do consumo de água – acompanhados de faturas, recibos, extratos de condomínios e shoppings e registros manuais dos poços artesianos – ao departamento de controle da Companhia.

São tratadas como exceção as unidades que não conseguem realizar o procedimento por motivos como indisponibilidade das informações por parte do proprietário ou da administradora do imóvel ou inexistência dos fluxos de monitoramento. Nesses casos, é necessário enviar uma justificativa formal ao time de Sustentabilidade para que o caso seja analisado. O consumo das unidades nessa situação é estimado com base no perfil do consumo de unidades de porte semelhante.

Graças aos novos processos, em 2022, a Companhia conseguiu obter a medição direta (ou seja, a quantidade exata de água consumida em determinado período) de todos os centros de distribuição e escritórios. No caso das lojas, foi possível obter a medição direta do consumo de 65% das unidades no período.

Intensidade energética da Companhia



3,547 MWh
por milhões de reais em receita operacional líquida



543.542 m³
foi o consumo de água da Companhia no ano

CONSUMO DE ENERGIA

ENERGIA CONSUMIDA PELO MAGALU EM 2022, POR TIPO DE FONTE, EM GIGAJOULES (GJ)

COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS

FONTE	ESCOPO 1	ESCOPO 2	ESCOPO 3	TOTAL
Acetileno	0,09	–	–	0,09
Diesel	21.558,25	–	2.165.250,09	2.186.808,34
Gasolina	2.648,79	–	310.024,69	312.673,48
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	1.573,81	–	6.029,38	7.603,19
Gás natural veicular (GNV)	–	–	156,69	156,69
Querosene de aviação	16.413,74	–	41.907,36	58.321,10

COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS

FONTE	ESCOPO 1	ESCOPO 2	ESCOPO 3	TOTAL
Etanol hidratado	10.546,11	–	2.621,56	13.167,67

ENERGIA ELÉTRICA ADQUIRIDA

FONTE	ESCOPO 1	ESCOPO 2	ESCOPO 3	TOTAL
Eletricidade	–	476.248,28	–	476.248,28
TOTAL	52.740,79	476.248,28	2.525.989,77	3.054.978,84

100% das unidades operacionais são abastecidas com algum tipo de energia limpa

Responsabilidade para descartar

GRI 3-3 | 306-1 | 306-3 | 306-4 | 306-5 | SASB CG-MR-410A.3



Qualquer tipo de empresa gera resíduos em sua operação, os quais têm impacto no meio ambiente e nas pessoas. Sabe quantas toneladas de papelão para descarte o Magalu gerou em 2022? Quase

2.600 toneladas. Trata-se do equivalente ao peso de 2.600 carros populares. A todo esse material, somam-se ainda cerca de 14.000 toneladas de mais de uma dezena de diferentes resíduos, que vão de isopor e plástico a madeira e metal, passando por vidro e eletroeletrônicos avariados, entre outros. É por isso que a Companhia olha com bastante atenção para o tema: do total desse volume, 75% foram destinados para operações de recuperação.

No Magalu, os resíduos são gerados principalmente nos Centros de Distribuição (CDs) e nos hubs logísticos, por causa do alto fluxo diário de mercadorias e das diferentes atividades

Pontos de coleta foram instalados em 500 endereços do Magalu no país

#descriçãodaimagem: Uma mulher de cabelos longos deposita um teclado de computador em uma grande caixa para reciclagem de aparelhos eletrônicos sem uso

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS SOBRE O PROCESSO DE RECICLAGEM DE ELETRÔNICOS EM DESUSO

O uso de material reciclado evitará 300 toneladas de plástico virgem em embalagens

desempenhadas nas unidades. Para atuar nessa frente, a empresa contratou gerenciadores homologados os quais acondicionam os descartes da operação e dão a eles um destino ambientalmente adequado.

A gestão dos resíduos é feita pela área de manutenção, em contato direto com as empresas parceiras responsáveis pelo gerenciamento dos resíduos. Essa equipe cuida da documentação referente à movimentação dos resíduos e acompanha o processo até a reciclagem ou a destinação final. A equipe de Sustentabilidade é responsável pela criação de diretrizes, homologação dos parceiros de destinação e gestão dos indicadores relacionados à geração.

Com o crescimento do número de hubs logísticos, o Magalu está ciente da necessidade de replicar nesses locais as diretrizes de destinação de resíduos já

implantadas em seus CDs. Por isso, no ano de 2022, a preocupação da Companhia foi garantir que todas as bases tivessem parceiros adequados para lidar com os tipos de resíduos gerados por essas unidades.

Em 2022, o Magalu continuou a evoluir na revisão de suas embalagens em busca de insumos mais sustentáveis. Os envelopes de segurança Coex (amplamente utilizados no comércio eletrônico) e os airpads (enchimentos que protegem o produto internamente nas caixas) passaram a contar com 60% de plástico reciclado. Até então, essas embalagens eram 100% compostas de plástico virgem. Com tal substituição, a estimativa é que, anualmente, cerca de 300 toneladas de plástico virgem deixem de ser usadas pela Companhia.

No Centro de Distribuição da Época Cosméticos foram feitas mudanças no tamanho das caixas utilizadas na

GESTÃO DOS RESÍDUOS

O VOLUME GERADO EM 2022 E SUA DESTINAÇÃO

RESÍDUOS PERIGOSOS

104,9
toneladas geradas

45 toneladas
(43%) recuperadas. O restante foi descartado adequadamente

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS

16.117
toneladas geradas

12.049 toneladas
(75%) recuperadas. O restante foi descartado adequadamente

RESÍDUOS PERIGOSOS GERADOS

TIPO DE RESÍDUO	PESO TOTAL (EM TONELADAS)
Caixas separadoras de água e óleo	6,82
Produtos avariados e devolvidos	68,98
Óleo lubrificante	4,17
Lâmpadas	1,06
EPIs e uniformes contaminados	0,05
Baterias	2,42
Água de bateria	1,98
Resíduos da oficina	2,27
Estopas/panos/papéis contaminados	17,12
Total	104,87

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS GERADOS

TIPO DE RESÍDUO	PESO TOTAL (EM TONELADAS)
Mistura de resíduo reciclável	6.496,52
Rejeitos	3.433,90
Papelão	2.591,18
Fossa	1.106,17
Produtos avariados e devolvidos	727,81
Orgânico	431,40
Plástico	360,28
Papel	348,54
Madeira	290,83
Poda ou resíduo de varrição	103,56
Metal	82,43
Óleos e gorduras alimentares	32,20
Vidro	31,14
Caixa de gordura	30,55
Eletrônicos da operação	28,78
Isopor	8,98
Uniformes	7,61
EPIs da operação	2,54
Entulho/concreto	1,68
Toners	1,30
Total	16.117,40





Envelopes Coex: agora feitos com 60% de plástico reciclado

#descriçãodaimagem: Embalagens de plástico azul com a marca do Magazine Luiza e com fita adesiva que dificulta sua violação

3,6 toneladas de resíduos eletrônicos foram coletadas em 2022

operação. Novas dimensões foram adicionadas como opções com o objetivo de diminuir o uso de airpads e reduzir os custos e o tempo de produção.

A responsabilidade da empresa em relação ao tema também se estende à etapa chamada de “pós-consumo”. Em junho de 2021, o Magalu implementou um programa de logística reversa em parceria com a Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE). Por meio dele, pontos de coleta foram instalados nas lojas para que clientes possam descartar corretamente, do ponto de vista ambiental, equipamentos eletrônicos e eletrodomésticos no fim da vida útil, de forma inteiramente gratuita.

Até o final de 2021, no período de sete meses, foram implantados 250

pontos de coleta, os quais recolheram 1,2 tonelada de resíduos eletrônicos. Já em 2022 esses números subiram para 500 pontos de coleta e 3,6 toneladas de resíduos eletrônicos recolhidos. O material é direcionado a empresas de manufatura reversa e de reciclagem. Assim, é possível garantir a destinação apropriada de todos os componentes. Para saber mais sobre os pontos de coleta, acesse <https://maga.lu/descartecorreto>.

Os equipamentos eletrônicos de uso interno do Magalu que chegam ao fim da vida útil também seguem para descarte adequado por meio de uma parceria com a empresa Recicladora Urbana (ReUrbi), especializada em lixo eletrônico. Em 2022, a ReUrbi coletou 28,8 toneladas de equipamentos provenientes da

PESO TOTAL DE RESÍDUOS DESVIADOS DA DISPOSIÇÃO FINAL

TIPO DE RESÍDUO	PESO TOTAL (EM TONELADAS)
Água de bateria	2,0
Baterias	2,4
Caixas de gordura	30,60
Eletrônicos da operação	28,80
EPIs e uniformes contaminados	0,10
EPIs da operação	2,50
Estopas/panos/papéis contaminados	9,30
Fossa	1.106,20
Isopor	9,00
Lâmpadas	1,10
Madeira	272,40
Metal	82,40
Mistura de resíduo reciclável	6.494,40
Óleo lubrificante	4,20
Óleos e gorduras alimentares	32,20
Orgânico	92,40
Recicláveis (papel, papelão, plástico)	3.286,00
Poda ou resíduos de varrição	25,00
Produtos avariados e devolvidos	593,50
Toners	1,30
Uniformes	7,60
Vidro	10,80
Total	12.093,89



Uniformes foram transformados em 4.060 cobertores destinados a seis ONGs

Companhia. Parte dos aparelhos é desmontada e as peças e os componentes são vendidos. O valor arrecadado é usado na compra de equipamentos novos, que são doados a entidades do terceiro setor. ONGs também recebem doações de computadores do Magalu que foram remanufaturados pela ReUrbi.

CIRCULARIDADE

Os uniformes descartados pelo Magalu são enviados à empresa Retalhar, que, adepta da economia circular, não só dá destino ambientalmente adequado aos tecidos como também transforma parte deles em cobertores, que são doados a instituições selecionadas pelo Magalu. Em 2022, a

Companhia destinou 23.943 uniformes profissionais. Com esse material, foram produzidos 4.060 cobertores, doados a seis ONGs no estado de São Paulo que auxiliam pessoas em situação de rua. Outra iniciativa é o aprimoramento do processo de descarte dos equipamentos de proteção individual (EPIs) utilizados na operação da Companhia. Os EPIs são encaminhados para uma empresa que faz a triagem e o reaproveitamento do material que ainda pode ser utilizado. O Magalu realiza ainda, em alguns de seus escritórios e CDs, a coleta do lacre de latas de alumínio para troca de cadeiras de rodas e recebe cápsulas de café de qualquer marca para criação de adubo orgânico e reciclagem das embalagens.

Os uniformes usados nos centros de distribuição são reciclados e transformados em cobertores

#descriçãodaimagem:
Homem de macacão azul e máscara confere bola em um corredor repleto de prateleiras com a mercadoria



PESO TOTAL DE RESÍDUOS DESVIADOS DA DISPOSIÇÃO FINAL

OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO	PESO TOTAL (EM TONELADAS)
-------------------------	---------------------------

RESÍDUOS PERIGOSOS

Reciclagem	3,53
Blendagem para coprocessamento, rerrefino, descontaminação e outros	41,46

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS

Reutilização	4,73
Reciclagem	10.589,80
Blendagem para coprocessamento e outros	1.454,37

RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL

OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO	PESO TOTAL (EM TONELADAS)
-------------------------	---------------------------

RESÍDUOS PERIGOSOS

Incineração (sem recuperação de energia)	51,96
Confinamento em aterro Classe I	7,92

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS

Incineração (sem recuperação de energia)	189,75
Confinamento em aterro	3.878,80

6

Para terminar

Anexos

Índice de Conteúdo GRI

Índice de Conteúdo SASB

Contatos



ESTRATÉGIA SUSTENTÁVEL

GRI 2-29 | 3-1

Para a definição da matriz de materialidade, os stakeholders prioritários passaram por revisão para entrevistas e consultas sobre os temas materiais da Companhia. Foram identificados como principais públicos de relacionamento do Magalu: a presidente e os demais membros do Conselho, executivos, colaboradores, investidores, fornecedores, consultorias, associações setoriais e de consumidores, OSCIPs e ONGs.

EMPRESA + DADOS

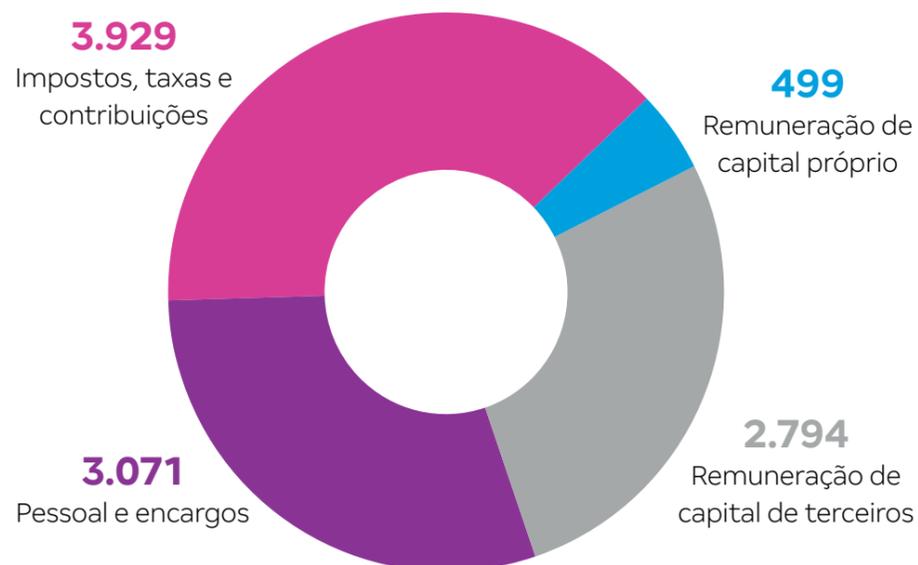
GRI 201-1

Valor total gerado: **R\$ 43.738,0 milhões**

Valor total distribuído: **R\$ 44.230,1 milhões**

Valor retido 2022: **-R\$ 492,1 milhões** – Gerado (R\$ 43.738,00 milhões) – Distribuído (R\$ 44.230,10 milhões)

VALOR DISTRIBUÍDO (EM R\$ MILHÕES)



INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS **R\$ 33.937 milhões**

GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-16

Ao longo do ano, são avaliadas, periodicamente, 15 preocupações críticas, como parte do processo de matriz de riscos da Companhia, as quais são reportadas pela Auditoria Corporativa ao Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance. Depois disso, as questões são encaminhadas ao Conselho de Administração.

GRI 2-27

Durante o período de exercício do Relatório não foram registrados casos significativos de não conformidade com leis e regulamentos. Com isso, a Companhia não teve condenações definitivas que tenham resultado em multas de valor igual ou superior a 50 milhões de reais.

NOSSOS COLABORADORES

GRI 2-30

No Magalu, 100% dos colaboradores estão cobertos por acordos ou convenções coletivas de trabalho.

GRI 2-7

DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA POR TIPO DE CONTRATO

NORTE

Permanentes	1.334
Temporários	70
Integral	1.366
Meio período	38

CENTRO-OESTE

Permanentes	1.906
Temporários	56
Integral	1.934
Meio período	28

SUL

Permanentes	5.230
Temporários	41
Integral	5.104
Meio período	167

NORDESTE

Permanentes	7.211
Temporários	207
Integral	7.209
Meio período	209

SUDESTE

Permanentes	22.466
Temporários	221
Integral	22.426
Meio Período	261

GRI 401-3

LICENÇA PARENTAL¹

	MULHERES	HOMENS
Colaboradores com direito a licença maternidade/paternidade	100%	100%
Colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade em 2022	1.058	354
Colaboradores que retornaram de licença maternidade/paternidade em 2022	1.057	354
Taxa de retorno ao trabalho ²	99%	100%
Colaboradores que completaram 12 meses após o retorno de licença maternidade/paternidade em 2022 em referência a 2021	474	247
Taxa de retenção ³	80%	89%

¹ A coligada GFL não está incluída no cálculo.

² Taxa de retorno = N° total de empregados que retornaram ao trabalho após a licença / N° total de empregados que deveriam retornar ao trabalho após a licença x 100

³ Taxa de retenção = N° total de empregados retidos 12 meses depois de terem retornado ao trabalho após a licença / N° total de empregados que retornaram da licença no(s) período(s) de relato anterior(es) x 100.

GRI 404-1
HORAS DE TREINAMENTO¹

GÊNERO	MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR PESSOA
Masculino	12h46
Feminino	14h41

CATEGORIA FUNCIONAL ²	MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR PESSOA
Presidência	–
Direção	00h46
Gerência	30h16
Coordenação	19h30
Administrativo	08h30
Operacional	14h26
Aprendiz	03h53
Estágio	13h25

¹ Considera apenas Magalu no cálculo, uma vez que as coligadas ainda estão desenvolvendo o processo de apuração das horas de treinamento de seus colaboradores. O objetivo é reportar esse número para o próximo ciclo.

² No caso dos intermitentes, contamos com a média de 00h12 de treinamento.

GRI 202-1
PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO MAIS BAIXO E O SALÁRIO MÍNIMO LOCAL, COM DISCRIMINAÇÃO POR GÊNERO

Salário mínimo local: **R\$ 1.212**

Menor salário pago (mulheres): **R\$ 1.212**

Menor salário pago (homens): **R\$ 1.212**

Proporção entre o salário-mínimo local e o salário mais baixo, por gênero: **1**

GRI 405-2
PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS POR MULHERES E HOMENS¹

CATEGORIA FUNCIONAL	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO
Direção	1,01	1,01
Gerência	0,84	0,89
Coordenação	0,74	0,82
Administrativo	0,72	0,73
Operacional	0,96	0,96
Aprendiz	1	1
Estagiário	1	1

¹ O indicador tem abrangência para Magalu e suas coligadas, e usou como base de cálculo a seguinte fórmula:

(Soma do salário-base ou remuneração de todas as mulheres da categoria funcional / Número de mulheres nessa categoria funcional) / (Soma do salário base ou remuneração de todos os homens da categoria funcional / Número de homens nessa categoria funcional).

GRI 202-2
PROPORÇÃO DE MEMBROS DA DIRETORIA CONTRATADOS NA COMUNIDADE LOCAL

100% dos membros da alta liderança – considerando Diretores, Diretoria Executiva, VP e CEO – de toda operação do Magalu foram contratados localmente (no território nacional).

GRI 404-3
AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO¹

GÊNERO	PERCENTUAL DE COLABORADORES AVALIADOS
Masculino	75%
Feminino	80%

CATEGORIA FUNCIONAL	PERCENTUAL DE COLABORADORES AVALIADOS
Presidência	–
Direção	91%
Gerência	90%
Coordenação	84%
Administrativo	79%
Operacional	75%
Aprendiz	58%
Estagiário	33%

¹ Considera apenas Magalu no cálculo, uma vez que as coligadas ainda estão desenvolvendo o processo de avaliação de desempenho.

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

GRI 205 -2
COLABORADORES QUE PASSARAM POR TREINAMENTO ANTICORRUPÇÃO POR HIERARQUIA E REGIÃO DO PAÍS

	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL
Estagiários	–	–	–	27	–
Operações	984	2.395	575	5.277	2.448
Administrativo	32	50	16	1.715	58
Gerência	–	–	–	38	–
Coordenação	–	–	–	35	–
Diretoria Executiva	–	–	–	14	–
Conselho de Administração	–	–	–	–	–

NORMAS UNIVERSAIS		RESPOSTA DIRETA/PÁGINA	ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE RELATO			
2-1	Detalhes da organização	Pág. 16	N/A
2-2	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização	Foram consideradas para este relatório todas as controladas da Companhia, conforme constam nas Demonstrações Financeiras (Notas Explicativas 12 e 13). No Formulário de Referência, seção 15.4 há detalhamento do grupo econômico. Também está disponibilizado o ecossistema da Companhia no site de Relacionamento com Investidores (RI).	N/A
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Pág. 4 (Dúvidas ou sugestões: sustentabilidade@magazineluiza.com.br)	N/A
2-4	Reformulações de informações	Não há reformulação de informações.	N/A
2-5	Verificação externa	Este material não passou por verificação externa, mas todos os dados apresentados foram checados internamente. Os dados do inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), por sua vez, foram verificados pela KPMG.	N/A
ATIVIDADES E EMPREGADOS			
2-6	Atividades, cadeias de valor e outras relações comerciais	Págs. 15, 27, 43 e 55	12 e 16
2-7	Empregados	Págs. 46 e 70	12 e 16
2-8	Trabalhadores que não são empregados	Pág. 46	12 e 16
GOVERNANÇA			
2-9	Estrutura de governança e composição	Pág. 17	16
2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Pág. 19	16
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	O presidente do mais alto órgão de governança não exerce funções executivas. Conheça mais sobre nossa estrutura de governança na pág. 18.	16
2-12	Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Págs. 17 e 21	16
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Pág. 17	16
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	O órgão responsável pela aprovação deste Relatório de Sustentabilidade é a Diretoria Executiva de Clientes, Integração, Reputação e Sustentabilidade. Sua missão nessa atribuição é garantir que todos os tópicos materiais tenham sido abordados; que todas as empresas do grupo tenham sido englobadas; e que as diretrizes de sustentabilidade da holding estejam refletidas nas operações das empresas parceiras.	16
2-15	Conflitos de interesse	Pág. 20	16
2-16	Comunicação de preocupações críticas	Págs. 43 e 70	16
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Pág. 17	4 e 16

NORMAS UNIVERSAIS		RESPOSTA DIRETA/PÁGINA	ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Pág. 20	8 e 16
2-19	Políticas de remuneração	Pág. 20	10 e 16
2-20	Processo para determinação da remuneração	Pág. 20	10 e 16
2-21	Proporção da remuneração total anual	A relação entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago da Companhia e a média anual de todos os demais colaboradores, considerando remuneração fixa, variável e benefícios é de 40,73.	10
ESTRATÉGIA, POLÍTICAS E PRÁTICAS			
2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Pág. 6	12 e 16
2-23	Políticas de compromissos	Pág. 38	16
2-24	Incorporando as políticas de compromissos	Pág. 38	16
2-25	Processos para remediar impactos negativos	Pág. 43	16
2-26	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Págs. 38 e 42	16
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Pág. 70	16
2-28	Participação em associações	Pág. 42	16
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
2-29	Abordagem para o engajamento de stakeholders	Págs. 43 e 70	16
2-30	Acordos de negociação coletiva	Pág. 70	16
TÓPICOS MATERIAIS			
3-1	Processo para determinar os tópicos materiais	Págs. 9 e 70	12 e 16
3-2	Lista de tópicos materiais	Pág. 9	12 e 16
3-3	Gestão de tópicos materiais	Ética e Transparência: págs. 38 a 42 Diversidade e Inclusão: págs. 48 a 51 Segurança e Privacidade: pág. 23 Direitos Humanos na Cadeia de Valor: págs. 55 e 56 Inclusão Digital e Empreendedorismo: págs. 27 a 33 Embalagens e Resíduos: págs. 65 a 68 Satisfação do Cliente: págs. 43 a 45 Gestão e Desenvolvimento de Pessoas: págs. 52 a 54 Mudanças Climáticas: págs. 58 a 62 Uso de Recursos Naturais: págs. 63 e 64 Consumo e Produtos Responsáveis: págs. 65 a 68	12 e 16

NORMAS ESPECÍFICAS

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)

CONTEÚDOS ECONÔMICOS

DESEMPENHO ECONÔMICO

201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Págs: 12 e 70	8 e 16
-------	---	---------------	--------

PRESENÇA NO MERCADO

202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	Pág: 71	5, 10 e 12
202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	Pág: 71	10 e 12

IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS

203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág: 34	8, 9 e 12
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Pág: 34	8, 9 e 12

COMBATE À CORRUPÇÃO

205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Pág: 38	16
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Págs: 38 e 71	16
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2022, o Magalu identificou um caso de corrupção privada comprovada em suas operações e não há registros de ocorrências com corrupção pública.	16

CONTEÚDOS AMBIENTAIS

ENERGIA

302-1	Consumo de energia dentro da organização	Págs: 5 e 63	7, 8, 12 e 13
302-2	Consumo de energia fora da organização	Pág: 63	7, 8, 12 e 13
302-3	Intensidade energética	Pág: 63	7, 8, 12 e 13
302-4	Redução do consumo de energia	Pág: 63	7, 8, 12 e 13

NORMAS ESPECÍFICAS

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)

ÁGUA E EFLUENTES

303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	Pág: 63	3, 6 e 12
303-5	Consumo de água	Pág: 63	3, 6 e 12

EMISSIONES

305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág: 58	3, 12 e 13
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág: 58	3, 12 e 13
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág: 58	3, 12 e 13
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág: 58	3, 12 e 13
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Págs: 5 e 58	3, 12 e 13

RESÍDUOS

306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Pág: 65	3, 12 e 13
306-3	Resíduos gerados	Pág: 65	3, 12 e 13
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Pág: 65	3, 12 e 13
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Pág: 5 e 65	3, 12 e 13

CONTEÚDOS SOCIAIS

EMPREGO

401-3	Licença-maternidade/paternidade	Pág: 70	5
-------	---------------------------------	---------	---

CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO

404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Págs: 52 e 71	4 e 8
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Págs: 5, 48 e 52	4 e 8
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág: 71	4 e 8

NORMAS ESPECÍFICAS

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)

DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Pág: 46	5
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Pág: 71	5 e 10

NÃO DISCRIMINAÇÃO

406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Em 2022, houve 14 casos de discriminação ocorridos. Destes, 100% já possuem planos de reparação em implementação. Quando há confirmação de qualquer tipo de discriminação, a atuação é imediata com aplicação de medidas disciplinares e feedback/acolhimento dos envolvidos.	8 e 10
-------	---	---	--------

TRABALHO INFANTIL

408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Pág: 55	8, 10 e 16
-------	--	---------	------------

TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Pág: 55	8, 10 e 16
-------	---	---------	------------

PRÁTICAS DE SEGURANÇA

410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Pág: 55	8, 10 e 16
-------	---	---------	------------

NORMAS ESPECÍFICAS

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

ODS (OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)

COMUNIDADES LOCAIS

413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados para a comunidade local	Pág: 34	8, 10, 11 e 12
-------	--	---------	----------------

AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES

414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Em 2022, 100% dos novos fornecedores foram selecionados com base em critérios sociais.	12 e 16
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Pág: 55	16

PRIVACIDADE DO CLIENTE

418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Pág: 23	16
-------	--	---------	----

VAREJO

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

TÓPICO	MÉTRICA		
Gerenciamento de energia no varejo & distribuição	CG-MR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade do mercado livre e (3) porcentagem de energia renovável	(1) 3.054.978,84 GJ (2) 23% de energia do mercado livre (3) 100% de consumo de energia renovável Mais informações na pág. 63
Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com os riscos de segurança de dados	Pág. 23
	CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	1) 1 violação 2) 0,0001% 3) dois clientes
Práticas trabalhistas	CG-MR-310a.1	(1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário mínimo, por região	1) Salário médio por hora: R\$ 16,40 2) AL – 2,3% BA – 0,3% CE – 1,6% MA – 2,2% MG – 0,3% MS – 0,5% MT – 1,0% PE – 4,5% RS – 0,2%
	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	(1) Taxa de rotatividade voluntária: 23,1% (2) Taxa de rotatividade involuntária: 32,4%
	CG-MR-310a.3	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações das leis trabalhistas	O Magalu, maior empresa de varejo multicanal do país, ficou em primeiro lugar no ranking 2021 e 2022 de Melhores Empresas Para Trabalhar, elaborado pelo instituto Great Place To Work (GPTW). A companhia possui as melhores práticas trabalhistas, em consonância com a legislação trabalhista vigente. Além disso, mantém uma política de práticas exemplares de valorização das pessoas, priorizando o bem-estar e o desenvolvimento de seus colaboradores. Quanto às informações referentes aos processos trabalhistas judiciais, estas podem ser consultadas no Formulário de Referência, vide item 4.4.
Diversidade e Inclusão da Força de Trabalho	CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial para (1) gestão e (2) todos os outros funcionários	Pág. 46

VAREJO

RESPOSTA DIRETA/PÁGINA

	CG-MR-330a.2	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados à discriminação no emprego	Não há condenações em trânsito em julgado resultantes de processos judiciais associados à discriminação.
Fornecimento, embalagem e marketing de produtos	CG-MR-410a.1	Receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social	A receita de produtos de terceiros certificados no período foi de cerca de 1.059.973,61 reais.
	CG-MR-410a.2	Discussão de processos para avaliar e gerir riscos e/ou perigos associados a produtos químicos em produtos	A empresa mantém as Fichas de Segurança de Produtos Químicos (FISPQs) nas operações para o caso de acidentes. Há kits de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) de combate a acidentes à disposição da operação e com um procedimento de gradeamento dos aerossóis para evitar acidentes com fluidos pressurizados. Separamos as categorias de produtos a fim de evitar contaminações cruzadas para produtos regulados pela Anvisa. Além desse procedimento de armazenamento e distribuição de mercadorias, também há os mesmos cuidados nos processos de descarte dos resíduos.
Métricas de atividade	CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens	Pág. 65
	CG-MR-000.A	Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	(1) Lojas físicas: 1.339 lojas físicas e (2) Centros de Distribuição: 23 centros de distribuição e 246 cross-dockings. O Magalu encerrou o ano de 2022 com 1.339 lojas, sendo 1.048 convencionais, 237 virtuais e 54 quiosques (parceria com as Lojas Marisa e com a rede de supermercados Semar). Nos últimos 12 meses, a companhia abriu 15 novas lojas e encerrou a operação de outras 157, sendo 140 quiosques.
	CG-MR-000.B	Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	(1) Área de vendas: 716.707 m² (2) Área de armazenagem total: 1.281.000 m². Dada a sua operação multicanal, ou seja, lojas e e-commerce totalmente integrados, a área total de armazenagem inclui também a parte das lojas que é destinada ao manuseio e ao estoque de mercadorias. O atingimento das projeções de 2022 foi impactado sobretudo pelas mudanças ocorridas no ambiente econômico. Desde a publicação das projeções originais, a taxa de juro passou de 4,25% a.a. para 13,75% a.a. em pouco mais de um ano, com aumento também da inflação. Essas mudanças impactaram de forma significativa as vendas do varejo, tanto no mundo físico quanto no e-commerce. Para se adaptar a esse novo cenário, o Magalu reduziu sensivelmente os níveis de estoque – o que diminuiu a necessidade de expansão da área de armazenagem.

MAGALU

Relatório Anual 2022 Estratégia e sustentabilidade

COORDENAÇÃO

Reputação e Sustentabilidade

sustentabilidade@magazineluiza.com.br

Relações com Investidores

ri@magazineluiza.com.br

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

NOVA PR Comunicação Digital

contato@novapr.com.br

CONSULTORIA GRI E SASB

RICCA Sustentabilidade

atendimento@riccari.com.br

Saiba mais sobre nosso
compromisso com a sustentabilidade:

[Política de Sustentabilidade](#)

[Código de Ética e Conduta](#)

[Política de Direitos Humanos](#)

[Política de Diversidade e Inclusão](#)